Nº 249
CPL

EDITAL
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2019-CPL
TIPO: Melhor Técnica e Preço
TIPO DE EXECUÇÃO: Indireta, Regime de Empreitada Por Preço Unitário.
REGÊNCIA: Lei nº. 12.232, de 29 de abril de 2010, mediante a aplicação, de forma complementar, das Leis nº 4.680, de 18.06.65, e nº 8.666, de 21.06.93 e suas alterações.
ÓRGÃO INTERESSADO: Gabinete do Prefeito, com a interveniência da Assessoria de Comunicação Social - ASCOM.
PROCESSO ADMINISTRATIVO: 11.006.001/2018 - ASCOM
DATA DE RECEBIMENTO E ABERTURA DOS ENVELOPES: Dia 02 de abril de 2019 às 09:00 (nove horas) – Caso ocorra ponto facultativo ou outro impedimento legal, a presente licitação será realizada no primeiro dia útil subseqüente.

A COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO DO MUNICÍPIO DE IMPERATRIZ (CPL), instituída pelo Decreto nº. 044, de 31 de julho de 1997 e suas alterações posteriores, faz público, para conhecimento dos interessados, que realizará e julgará a licitação acima indicada e receberá os envelopes PROPOSTA TÉCNICA, PROPOSTA DE PREÇOS E HABILITAÇÃO à Rua Urbano Santos, nº 1657 – Bairro Juçara - Imperatriz - MA, sob as seguintes condições:

1. OBJETO

1.1 O objeto desta licitação é a prestação de serviços de publicidade institucional, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, conforme Briefing (**Anexo I**), de interesse da Prefeitura Municipal de Imperatriz.

1.1.1 Também integram o objeto desta Concorrência, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;

b) à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) à produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela agência contratada.

1.1.1.1 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na **alínea 'a'** do **subitem 1.1.1** terão a finalidade de:

Nº 250 CPL

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da ANUNCIANTE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

1.1.2 Os serviços previstos no **subitem 1.1.1** não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

1.1.2.1 Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

1.2 Para a prestação dos serviços será contratada 01 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante ou contratada.

1.2.1 Os serviços objeto da presente Concorrência serão contratados com agências de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei nº 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei nº 12.232/2010.

1.2.2 As agências atuarão por ordem e conta da anunciante, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o **subitem 1.1.1**, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

1.2.3 A agência contratada não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no **item 1**.

1.3 O valor para a prestação dos serviços de publicidade está estimado em **R$ 3.910.000,00 (três milhões, novecentos e dez mil reais),** podendo ser dilatado ao máximo de R$ 19.550.000,00 (dezenove milhões, quinhentos e cinquenta mil reais), caso a Administração prorrogue o contrato até o limite de 60 (sessenta) meses.

2. PRAZO DE EXECUÇÃO

2.1.O prazo para a prestação dos serviços será de 12 (doze) meses, contados a partir da assinatura do Contrato, podendo ser prorrogado, a juízo da Prefeitura Municipal de Imperatriz,

Nº 251 CPL

mediante Termo Aditivo acordado entre as partes, por iguais e sucessivos períodos, até o limite de 60 (sessenta) meses, no termos do inciso II, do art. 57 da Lei n.º 8.666/93.

3. FONTE DE RECURSOS

3.1. As despesas decorrentes da contratação correrão à conta dos recursos:
Unid. Orçamentária: 11 – Governadoria do Município
Dotação: 11.001.24.131.0011.2.033 - Ação de Governo em Divulgação e Assessoria de Comunicação.
Natureza: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica
Recursos: 00- Tesouro Municipal.

3.2. Se a Prefeitura Municipal de Imperatriz, optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

3.3. A Prefeitura Municipal de Imperatriz, se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

4. LOCAL DE RETIRADA DO EDITAL E DAS INFORMAÇÕES E ESCLARECIMENTOS SOBRE O EDITAL

4.1. Sede da Comissão Permanente de Licitações - CPL – Rua Urbano Santos 1657, Bairro Juçara - Imperatriz - MA. Estando disponível para atendimento em dias úteis, das 08:00h (oito horas) às 18:00h (dezoito horas), onde poderão ser consultados gratuitamente.

4.2. Se preferir, o interessado poderá solicitar a entrega do Edital e seus Anexos em arquivo magnético, gravado em PEN DRIVE pertencente à licitante.

4.3 Pedidos de esclarecimentos sobre esta Concorrência serão prestados pela Comissão Permanente de Licitação - CPL, desde que os pedidos tenham sido recebidos até 05 (cinco) dias úteis antes da data de apresentação das Propostas, exclusivamente mediante solicitação por escrito, por carta ou ofício: protocolado no endereço e horário indicados no **subitem 4.1**;

4.3.1 Não serão levadas em consideração pela Comissão quaisquer consultas pedidas ou reclamações relativas ao Edital que não tenham sido formuladas por escrito e devidamente protocoladas.

4.3.2. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, termos que possam propiciar a identificação da sua Proposta perante a Subcomissão Técnica, quando do julgamento da via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária **(Invólucro nº 1).**

Nº 252 CPL

4.3.3 Em hipótese alguma serão aceitos entendimentos verbais entre as partes, como também pedidos de informações ou esclarecimentos formulados por E-mail.

4.3.4 Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos e comunicados a todas as demais empresas que tenham adquirido o presente Edital.

5. DOCUMENTOS INTEGRANTES DESTE EDITAL

5.1. Integram o presente Edital, como partes indissociáveis, os seguintes anexos:
a) Anexo I - Briefing e Campanha;
b) Anexo II - Modelo de Carta Credencial;
c) Anexo III - Declaração de Inexistência de Fato Impeditivo da Habilitação;
d) Anexo IV - Declaração a que alude o art. 27º, V da Lei n.º 8.666/93;
e) Anexo V - Minuta do Contrato;
f) Anexo VI - Planilha de Preços Sujeitos a Valoração.

6. DA PARTICIPAÇÃO

6.1 Poderá participar desta Concorrência a agência de propaganda que atender às condições deste Edital e apresentar os documentos nele exigidos.

6.2 Não poderá participar desta Concorrência a agência de propaganda:

a) que estiver cumprindo suspensão temporária do direito de participar de licitação ou estiver impedida de contratar com a Prefeitura Municipal de IMPERATRIZ;

b) cuja falência tenha sido decretada ou que estiver em concurso de credores, em processo de liquidação, dissolução, cisão, fusão ou incorporação;

c) que tenha sido considerada como inidônea, por órgão, entidade ou sociedade integrante da Administração Pública, direta e indireta, Federal, Estadual ou Municipal;

d) estrangeira que não funcione no País;

e) que estiver reunida em consórcio;

f) Pessoas naturais;

g) Empresas apresentadas na qualidade de subcontratadas;

h) Empresas que tenham sócio-gerente, diretor ou responsável que seja servidor ou dirigente de órgão ou entidade da Administração Pública Municipal.

Nº 253 CPL

6.3 Nenhuma licitante poderá participar desta Concorrência com mais de uma Proposta.

6.4 A participação na presente Concorrência implica, tacitamente, para a licitante: a confirmação de que recebeu da Comissão Permanente de Licitação – CPL o invólucro padronizado previsto no **subitem 9.1.1.1** deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta Concorrência; a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital e de seus anexos; a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos apresentados em qualquer fase do processo.

6.5 A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação das Propostas e Documentos de Habilitação exigidos nesta Concorrência, ressalvado que a Prefeitura Municipal de Imperatriz não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.

7. DO CREDENCIAMENTO DE REPRESENTANTES

7.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão Permanente de Licitação - CPL o documento que o credencia, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.

7.1.1 Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento de credenciamento consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos, autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão Permanente de Licitação – CPL, ateste sua autenticidade.

7.1.2 Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o credenciamento será feito por intermédio de Carta Credencial, no mínimo com os poderes constantes do modelo que constitui o **Anexo II**. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão Permanente de Licitação - CPL cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

7.2 A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

7.3 A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnica e de Preços credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese

Nº 254 CPL

de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo credenciamento.

7.4 Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnica e de Preços por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão Permanente de Licitação - CPL, na data, hora e local indicados no **subitem 4.1** deste Edital.

8. IMPUGNAÇÃO DO EDITAL

8.1 Qualquer cidadão poderá impugnar o presente Edital, por irregularidades na aplicação da Lei, devendo protocolar o pedido até **05 (cinco) dias úteis** antes da data fixada para o recebimento das Propostas de Técnica e Preços, no endereço e no horário indicados no **subitem 4.1**, o qual deverá ser julgado e respondido em até **03 (três) dias úteis**, contados da data do seu recebimento, sem prejuízo da faculdade prevista no art. 113, § 1º, da Lei nº 8.666/1993.

8.2 Decairá do direito de impugnar os termos do presente Edital a licitante que não o fizer até **02 (dois) dias úteis** antes da data do recebimento das Propostas, mediante solicitação por escrito e protocolizada no endereço e no horário indicados no **subitem 4.1**.

8.2.1 Considera-se licitante para efeito do subitem precedente a empresa que tenha retirado o presente Edital na forma prevista no Aviso de Licitação e no **subitem 4.1**.

8.2.2 A impugnação feita tempestivamente pelo licitante, não o impedira de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

9. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

9.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação - CPL acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

9.1.1 No **Invólucro nº 1** deverá estar acondicionado **o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, de que tratam os **subitens 11.2 e 11.3**.

9.1.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela CPL.

9.1.1.1.1O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada no horário e endereço constantes do **item 4.1**.

Nº 255 CPL

9.1.1.1.2 O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

9.1.1.2 O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

9.1.1.3 Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

a) ter nenhuma identificação;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Invólucro nº 2

9.1.2 No **Invólucro nº 2** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, de que trata o **subitem 11.4.**

9.1.2.1 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CPL
Rua Urbano Santos, 1657 – Bairro Juçara - Imperatriz – MA

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência Pública nº 002/2019 - CPL

9.1.2.2 O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

Invólucro nº 3

9.1.3 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a **Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, de que tratam os **subitens 11.5 a 11.10**.

Nº 256 CPL

9.1.3.1 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CPL
Rua Urbano Santos, 1657 – Bairro Juçara - Imperatriz – MA
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório
e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência Pública nº 002/2019 - CPL

9.1.3.2 O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

9.1.3.3 O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

10. ENTREGA DA PROPOSTA DE PREÇOS

10.1 A **Proposta de Preços** deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação – CPL acondicionada no Invólucro nº 4.

Invólucro nº 4

10.1.1 O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CPL
Rua Urbano Santos, 1657 – Bairro Juçara - Imperatriz – MA
Proposta de Preços
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência Pública nº 002/2019 - CPL

10.1.2 O Invólucro nº 4 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

Nº 257 CPL

11.APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

11.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

Quesitos:	Subquesitos:
a) Plano de Comunicação Publicitária	Raciocínio Básico Estratégia de Comunicação Publicitária Ideia Criativa Estratégia de Mídia e Não Mídia
b) Capacidade de Atendimento	
c) Repertório	
d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

11.1.1 A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

11.2 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- em papel A4, branco, orientação retrato;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- com textos justificados;
- com espaçamento 'simples' entre as linhas;
- com texto e numeração de páginas em fonte 'ARIAL', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '12 pontos', observado o disposto nos **subitens 11.2.1, 11.2.3 e 11.2.3.1;**
- com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único e com ESPIRAL PRETO colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4 branco, ambas em branco;
- sem nenhum tipo de identificação.

11.2.1 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e ou tabela, observadas as seguintes regras:

Nº 258 CPL

a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '10 pontos';

c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no **subitem 11.2.6**, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

11.2.2 As especificações do **subitem 11.2** aplicam-se à indicação prevista no **subitem 11.3.3.3.2**.

11.2.3 Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídias poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

11.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

11.2.4 Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito da Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o **subitem 11.2**.

11.2.4.1 Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto **nas alíneas 'c' dos subitens 9.1.1.3 e 19.2.1**, todos deste Edital.

11.2.5 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na **alínea 'a' do subitem 11.3.3** estão limitados, no conjunto, a 08 (oito) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquesitos.

11.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto na **alínea 'c' do subitem 9.1.1.3, no subitem 11.2.4.1, no item 19.2.1** , todos deste Edital.
11.2.8 Para fins desta Concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos tradicionais de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

Nº 259 CPL

11.2.9 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

11.2.9.1 Essas páginas devem seguir as especificações do **subitem 11.2**, no que couber.

11.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base no Briefing (**Anexo I**), observadas as seguintes disposições:

11.3.1 **Raciocínio Básico**: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Imperatriz para enfrentar o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);

11.3.2 **Estratégia de Comunicação Publicitária**: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

11.3.3 **Ideia Criativa**: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no **subitem 11.3.2**, com comentários sobre cada peça e ou material.
b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

Nº 260 CPL

11.3.3.1 Os comentários mencionados na **alínea 'a'** do **subitem 11.3.3** estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

11.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na **alínea 'b' do subitem 11.3.3 e na alínea 'a' do subitem 11.3.3.3,** a relação prevista na **alínea 'a' do subitem 11.3.3** deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

11.3.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a **alínea 'b' do subitem 11.3.3:**

a) estão limitados a **10 (dez)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1 roteiro, leiaute e ou *story-board* impressos, para qualquer meio;

b2) protótipo ou 'monstro', para rádio e internet;

b3) *story-board* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

c) só serão aceitos exemplos finalizados em caso de peças ou material não mídia.

11.3.3.3.1 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a **alínea 'a'** do **subitem 11.3.3.3**, devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como peças;

b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;

c) anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça;

d) anúncio para *tablets* e dispositivos similares com mais de uma página será considerado uma peça;

e) adesivagem de *fingers* e similares será considerada uma peça;

f) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

Nº 261 CPL

g) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

h) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

i) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

11.3.3.3.2 Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na **alínea 'a' do subitem 11.3.3**.

11.3.3.3.3 Os *story-boards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

11.3.3.3.4 Os 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

11.3.3.3.5 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *passe-partout*, observado o disposto no **subitem 11.2.4.1**.

11.3.4 **Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada no Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição, cujo valor estimado será de **R$ 350.000,00 (trezentos e cinqüenta mil reais),** em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinado a veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

11.3.4.1 Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na **alínea 'a'** do **subitem 11.3.3** deverão constar dessa simulação.

11.3.4.2 Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

Nº 262 CPL

a) o período de distribuição das peças e ou material;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

11.3.4.3 Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

11.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Capacidade de Atendimento

11.5 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a capacidade de atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'ARIAL', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira

Nº 263 CPL

página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.5.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no **subitem 11.5** poderá ser editada em papel A3 dobrado.

11.5.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no **subitem 11.5** não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.5.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

11.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Imperatriz, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

Repertório

11.7 A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o REPERTÓRIO em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da

Nº 264 CPL

primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.
11.7.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no **subitem 11.7** poderá ser editada em papel A3 dobrado.
11.7.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.7.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

11.8 O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

11.8.1 A licitante deverá apresentar 05 (cinco) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

11.8.1.1 As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2015.

11.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD.

11.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no **subitem 11.7**, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

11.8.1.4 Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no **subitem 11.8.1**, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na **alínea 'c'** do **subitem 12.3.1**.

11.8.2 Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

11.8.3 As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela Prefeitura Municipal de Imperatriz.

Nº 265 CPL

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

11.9 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'ARIAL', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

11.9.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no **subitem 11.9** poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no **subitem 11.10**, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

11.9.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

11.10 A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

11.10.1 As propostas de que trata o **subitem 11.10** devem ter sido implementadas a partir de 01.01.2019.

11.10.2 Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista item **13.2.4.**

11.10.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Imperatriz.

11.10.3.1 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

11.10.4 É permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;

Nº 266 CPL

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no **subitem 11.9**, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;
III - para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

12. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação - CPL acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

12.1 No **Invólucro nº 1** deverá estar acondicionado **o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, de que tratam os **subitens 11.2 e 11.3**.

12.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela CPL.

12.1.2. O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na sede da CPL.

12.1.3. O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

12.1.4. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

12.2. Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:
a) ter nenhuma identificação;
b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Invólucro nº 2

12.3. No **Invólucro nº 2** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, de que trata o **subitem 11.4.**

12.3.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Nº 267
CPL

Invólucro nº 2
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CPL
Rua Urbano Santos, 1657 – Bairro Juçara - Imperatriz – MA,
Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência Pública nº 002/2019 - CPL

12.3.2 O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

Invólucro nº 3

12.4. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a **Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, de que tratam os **subitens 11.5 a 11.10**.

12.4.1. O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CPL
Rua Urbano Santos, 1657 – Bairro Juçara - Imperatriz – MA
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência Pública nº 002/2019 – CPL

12.4.2 O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

12.4.3 O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

13. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

13.1 A Subcomissão Técnica prevista no **subitem 19.2** deste Edital analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

Nº 268 CPL

13.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

13.2.1 **Plano de Comunicação Publicitária**

13.2.1.1 **Raciocínio Básico** - a acuidade de compreensão:

a) das funções e do papel da Prefeitura Municipal de Imperatriz, nos contextos sociais, político e econômico;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Imperatriz com seus públicos;

c) das características da Prefeitura Municipal de Imperatriz e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;

e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Prefeitura Municipal de Imperatriz.

f) das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Imperatriz para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).

13.2.1.2 **Estratégia de Comunicação Publicitária**

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Imperatriz e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal de Imperatriz com seus públicos;

d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Imperatriz.

Nº 269 CPL

e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;
f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Imperatriz, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos no Briefing e a verba disponível.

13.2.1.3 **Ideia Criativa**

a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Imperatriz.

b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;

d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

g) sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Imperatriz e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;

h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;

i) a exequibilidade das peças e ou do material;

j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

13.2.1.4 **Estratégia de Mídia e Não Mídia**

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;

Nº 270 CPL

d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Imperatriz;

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;

f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

13.2.2 **Capacidade de Atendimento**

a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Imperatriz;

d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Imperatriz e a licitante, esquematizado na proposta;

f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Imperatriz, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

13.2.3 **Repertório**

a) ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;
b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;

c) a clareza da exposição das informações prestadas;

13.2.4 **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

a) a evidência de planejamento publicitário;

b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
c) a relevância dos resultados apresentados;

Nº 271 CPL

d) a concatenação lógica da exposição.

13.3 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **100 (cem)** pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

13.3.1 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

a) Plano de Comunicação Publicitária: **65 (sessenta e cinco)** pontos;

a.1) Raciocínio Básico: **10 (dez)** pontos;

a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: **25 (vinte e cinco)** pontos;

a.3) Ideia Criativa: **20 (vinte)** pontos;

a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: **10 (dez)** pontos;

b) Capacidade de Atendimento: **15 (quinze)** pontos;

c) Repertório: **10 (dez)** pontos;

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: **10 (dez)** pontos;

Pontuação Máxima Total	100 pontos

13.3.2 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

13.3.2.1 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a **20% (vinte por cento)** da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Edital.

13.3.2.2 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

13.3.3 A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

Nº 272 CPL

13.3.4 Serão consideradas mais bem-classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as **03 (três)** maiores pontuações, observado o disposto nas alíneas 'b' e 'c' do subitem **13.4.**

13.4 Será desclassificada a Proposta que:

a) não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;

b) não alcançar, no total, a nota mínima de **70 (setenta)** pontos;

c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os **subitens 13.2.1.1 a 13.2.1.4 e 13.2.2. a 13.2.4**.

13.5 Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem-classificadas nesta fase, serão assim consideradas que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos **subitens 13.2.1, 13.2.2, 13.2.3 e 13.2.4**.

13.6 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio a ser realizado na própria sessão prevista no **subitem 20.3** ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação - CPL, cuja data será divulgada na forma do **item 22** deste Edital e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

14. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

14.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;

b) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos **subitens 14.2 e 14.3**;

c) datada e assinada nos documentos referidos nos **subitens 14.2 e 14.3**, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

14.2 A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes do **Anexo VI**.

14.3 A licitante deverá elaborar Declaração na qual:
a) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos pela Prefeitura Municipal de Imperatriz:

Nº 273 CPL

a.1) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;

a.2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado;

b) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Prefeitura Municipal de Imperatriz as vantagens obtidas;

c) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais estabelecidas na Cláusula Décima da minuta de contrato (**Anexo V**).

14.4 Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

15. VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

15.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

15.2 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

15.3 Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui o Anexo VI, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito:

a) Desconto inferior a **50% (cinquenta por cento)** em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Maranhão a titulo de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes a peças e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) Percentual de honorários superior a 5% **(cinco por cento),** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c) Percentual de honorários superior a 5% **(cinco por cento),** incidente sobre os preços de serviços especializa5dos prestados por fornecedores, referentes à criação e ao

Nº 274 CPL

desenvolvimento de forma inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d) Percentual de honorários superior a 10% **(dez por cento),** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

15.3.1 Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação - CPL considerará o preço por extenso.

15.4 A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

15.4.1 A Comissão Permanente de Licitação - CPL calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	Pontos (P)
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na **alínea 'a' do subitem 14.3**	P1 = 1,0 x Desconto
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na **alínea 'b' do subitem 14.3**	P2 = 2,0 x (5,0 - Honorários)
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na **alínea 'c' do subitem 14.3**	P3 = 4,0 x (5,0 - Honorários)
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços prestados na **alínea 'd' do subitem 14.3**	P4 = 4,0 x (10,0 – Honorários)
Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'.	

15.4.2 A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no **subitem 15.4**, como segue: P = P1 + P2 + P3 + P4.

15.4.3 A Proposta de Preços que obtiver a maior pontuação será considerada como a de menor preço.

15.4.3.1Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

a) maior desconto em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Maranhão a titulo de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

Nº 275
CPL

b) menor percentual de honorários, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

c) menor percentual de honorários, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato

16. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

16.1 O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços desta Concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo melhor técnica.

16.2 Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as licitantes mais bem-classificadas no julgamento da Proposta Técnica – observado o disposto nos **subitens 13.5 e 13.6** deste Edital – e que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas.

17. ENTREGA E FORMA DE APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

17.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão Permanente de Licitação - CPL pelas licitantes classificadas no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços, no dia, hora e local previstos na convocação da sessão a ser realizada para esse fim.

17.1.1 A licitante classificada no julgamento final das Propostas que não apresentar os Documentos de Habilitação na referida sessão será alijada do certame, exceto diante da ocorrência de que trata o **subitem 18.1.1**.

17.1.2 Os Documentos deverão estar acondicionados no Invólucro nº 5, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 5

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CPL
Rua Urbano Santos, 1657 – Bairro Juçara - Imperatriz – MA
Documentos de Habilitação
Nome empresarial e CNPJ da licitante
Concorrência Pública nº 002/2019 - CPL

Nº 276
CPL

17.1.3 O Invólucro nº 5 será providenciado pela licitante e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

17.1.4 Os Documentos de Habilitação poderão ser acondicionados em caderno único, ter todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da licitante e deverão ser apresentados, alternativamente: em original, em cópia autenticada por cartório competente, sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial, no ato da abertura dos Documentos de Habilitação. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão Permanente de Licitação – CPL.

17.2 Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a Documentação na forma prevista nos **subitens 17.2.1 a 17.3.**

17.2.1. Habilitação Jurídica

a) cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;

b) registro comercial, em caso de empresa individual;

c) ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;

c.1) os documentos mencionados na **alínea 'c'** deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Concorrência;

d) inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício.

17.2.2 Regularidade Fiscal e Trabalhista.

a) prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica - CNPJ/MF;

b) prova de inscrição no cadastro de contribuintes municipal, relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta Concorrência;

c) Prova de regularidade para com a Fazenda Federal (Tributos e Contribuições Federais e Dívida Ativa e Previdenciária);

d) certidões negativas de débitos ou de não contribuinte expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município em quer estiver localizada a sede da licitante;

Nº 277m
CPL

e) Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, em vigor na data de apresentação dos Documentos de Habilitação.

f) Prova de inexistência débitos inadimplidos perante a justiça do trabalho, mediante Certidão de Débitos Trabalhistas – CNDT.

17.2.2.1 Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

17.2.3 Qualificação Técnica:

a) Declaração(ões), expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) serviços compatíveis com os do objeto desta Concorrência;

b) cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

c) Relação das instalações do aparelhamento e do pessoal técnico especializado, com a indicação da formação de cada um, adequados e disponíveis para a realização do objeto da licitação, constando ainda a **Declaração Formal** dessa disponibilidade quando da **assinatura do contrato**, sob penas cabíveis na lei.

d) Declaração do Licitante, indicando o responsável técnico para acompanhar a execução dos serviços, devendo dela constar os dados pessoais, tais como: nome completo, nº do CPF, nº da cédula de identidade, endereço, Registro na Entidade Profissional, e ainda, cópia da ficha ou folha do registro do profissional, e da CTPS ou Contrato de Prestação de Serviços, bem como Atestado de Capacidade Técnica, comprovando sua capacidade para dirigir e executar os serviços, se vencedor for o Licitantes, consoante determina a lei nº 8.666/93, artigo 30.

17.2.4 Qualificação Econômico-financeira
a) Certidão Negativa de falência e de recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede fiscal da pessoa jurídica, dentro do prazo de validade;

a.1) Caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a.2) No caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor.

Nº 278
CPL

b) balanço patrimonial e demonstrações contábeis do último exercício social já exigíveis e apresentados na forma da lei, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizado por índices oficiais quando encerrado a mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação, a saber:

I - sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da Licitante.

II - sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em Jornal de grande circulação (art. 289, caput e § 5º, da Lei nº 6.404/1976);

III - sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedades empresárias, inclusive quanto ao registro na Junta Comercial.

17.2.4.1 As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do responsável por sua contabilidade e a indicação do nome deste e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade, devidamente registrado ou autenticado na Junta Comercial da sede ou do domicílio da licitante:

a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;
b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

17.2.4.2 A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio da avaliação, conforme o caso:

a) do balanço referido item **16.2**, cujos índices de Liquidez Geral (LG), de Solvência Geral (SG) e de Liquidez Corrente (LC), resultantes da aplicação das fórmulas a seguir, terão de ser maiores que um (>1):

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo}}$$

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo}}$$

Nº 279
CPL

$$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

b) do balanço referido no **subitem 16.2**, cujo Índice de Solvência, obtido conforme fórmula a seguir, terá de ser maior ou igual a um (> ou = a 1):

$$S = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Exigível Total}}$$

17.2.4.3 Os índices de que tratam **as alíneas 'a' e 'b' do subitem 17.2.4.2** serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, mediante sua assinatura e a indicação do seu nome e do seu número de registro no Conselho Regional de Contabilidade.

17.2.4.4 A licitante que apresentar resultado igual ou menor que 1 (um), no cálculo de quaisquer dos índices referidos na **alínea 'a'**, ou menor que 1 (um), no cálculo do índice referido na **alínea 'b'**, todos do **subitem 17.2.4.2**, para ser considerada habilitada no quesito Qualificação Econômico-Financeira deverá incluir no Invólucro nº 5 comprovante de que possui patrimônio líquido mínimo de **R$ 350.000,00** (trezentos e cinqüenta mil reais).

17.2.5 A licitante também deverá incluir no Invólucro nº 5, as declarações elaboradas conforme os modelos constantes do **Anexo III** e **IV.**

17.3 Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

18. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

18.1 A Comissão Permanente de Licitação – CPL, analisará os Documentos de Habilitação de todas as licitantes que atenderem ao disposto no **item 17** e julgará habilitadas as que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, observado o disposto no **subitem 17.1.1**.
18.1.1 Se nenhuma licitante restar habilitada, a Prefeitura Municipal de Imperatriz reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes classificadas no julgamento final das Propostas para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 8 (oito) dias úteis, em atenção aos princípios da eficiência e da economicidade, mantidas, neste caso, todas as condições preestabelecidas.

Nº 280
CPL

19. COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CPL E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

19.1 Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação – CPL, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

19.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

19.2.1 1/3 (um terço) dos membros da Subcomissão não poderá(ão) manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Imperatriz.

19.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, sendo 06 (seis) servidores da Prefeitura Municipal de Imperatriz e 03 (três) profissionais da área que não possua vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Imperatriz.

19.3.1 A relação dos nomes referidos no **subitem 19.3** deste Edital será publicada pela Comissão Permanente de Licitação – CPL **no Jornal O Progresso, Jornal O Estado do Maranhão e Diário Oficial do Estado do Maranhão**, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

19.3.2 O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação – CPL de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Prefeitura Municipal de IMPERATRIZ, nos termos dos **subitens 19.2.1 e 19.3.**

19.3.3 A relação prevista no **subitem 19.3** deste Edital conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a Prefeitura Municipal de Imperatriz.

19.3.4 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o **subitem 19.3**, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação – CPL, de justificativa para a exclusão.

19.3.5 Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.
19.3.6 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste **item 19**.

Nº 281
CPL

19.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no **subitem 19.3.**

19.3.6.2 Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

19.3.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no **subitem 19.3.1** e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

20. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

20.1 Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação – CPL e pelos representantes das licitantes presentes.

20.1.1 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no **subitem 7.1** deste Edital.

20.1.2 Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

20.1.3 A Comissão Permanente de Licitação – CPL e a Subcomissão Técnica, conforme o caso poderão, no interesse da Prefeitura Municipal de Imperatriz, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência.

20.1.4. **Os integrantes da Subcomissão Técnica <u>não</u> poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.**

20.1.5 O julgamento das Propostas Técnicas e de Preços e o julgamento final deste certame serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital.
20.1.6. Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

20.1.7 Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação – CPL ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

Nº 282
CPL

20.1.8 A Comissão Permanente de Licitação – CPL poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

20.1.9. Se os invólucros das licitantes desclassificadas ou inabilitadas não puderem ser devolvidos nas sessões públicas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias úteis, contados do encerramento desta Concorrência – após transcorrer o prazo para interposição de recurso contra o resultado final da licitação ou ter havido a sua desistência ou, ainda, terem sido julgados os recursos interpostos. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, a Anunciante providenciará sua destruição.

Primeira Sessão

20.2 **A PRIMEIRA SESSÃO** pública será realizada no dia, hora e local previstos no Preambulo deste Edital e terá a seguinte pauta inicial:

a) identificar os representantes das licitantes, por meio do documento exigido no **subitem 7.1** deste Edital;

b) receber os Invólucros nº 1, nº 2, nº 3 e nº 4;

c) conferir se esses invólucros estão em conformidade com as disposições deste Edital.

20.2.1. O Invólucro nº 1, com a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária, só será recebido pela Comissão Permanente de Licitação – CPL se não:

a) estiver identificado;
b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2;
c) estiver danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante antes da abertura do Invólucro nº 2.

20.2.1.1. Ante a ocorrência de qualquer das hipóteses previstas nas **alíneas 'a', 'b' e 'c'** do **subitem 20.2.1**, a Comissão Permanente de Licitação – CPL não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

20.2.2 A **PRIMEIRA SESSÃO** prosseguirá com a seguinte pauta básica:

a) rubricar, no fecho, sem abri-los, os Invólucros nº 2 e nº 4, que permanecerão fechados sob a guarda e responsabilidade da Comissão Permanente de Licitação – CPL, e separá-los dos Invólucros nº 1 e nº 3;

Nº 283
CPL

b) retirar e rubricar o conteúdo dos Invólucros nº 1;

c) abrir os Invólucros nº 3 e rubricar seu conteúdo;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;

e) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do **item 21** deste Edital.

20.2.2.1 A Comissão Permanente de Licitação – CPL, antes do procedimento previsto na **alínea 'b' do subitem 20.2.2**, adotará medidas para evitar que seus membros e ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Publicitária.

20.2.2.2 Se, ao examinar e ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão Permanente de Licitação - CPL e ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Publicitária, a Comissão Permanente de Licitação – CPL desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

20.2.3 A Comissão Permanente de Licitação – CPL não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1 nem nos documentos que compõem a via não identificada do Plano de Comunicação Publicitária.

20.2.4 Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão Permanente de Licitação – CPL.

20.2.5 Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão Permanente de Licitação – CPL na primeira sessão, os procedimentos de licitação terão continuidade em conformidade com o previsto no **subitem 20.2.6** e seguintes.
20.2.5.1 Se houver manifestação expressa de qualquer licitante de recorrer das decisões da Comissão Permanente de Licitação – CPL pertinentes à primeira sessão, esta divulgará o resultado na forma do **item 21**, abrindo-se o prazo para a interposição de recursos, conforme disposto no **item 22.**

20.2.6 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, serão adotados os seguintes procedimentos:

a) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação – CPL à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 1, com as vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária;

Nº 284
CPL

b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, das vias não identificadas do Plano de Comunicação Publicitária, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

c) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação – CPL, da ata de julgamento dos Planos de Comunicação Publicitária, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso;

d) encaminhamento, pela Comissão Permanente de Licitação – CPL à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3, com a Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;

e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, da Capacidade de Atendimento, do Repertório e dos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de acordo com os critérios especificados neste Edital;

f) elaboração e encaminhamento, pela Subcomissão Técnica à Comissão Permanente de Licitação – CPL, da ata de julgamento das Propostas referentes à Capacidade de Atendimento, ao Repertório e aos Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, de planilha com as pontuações e de justificativa escrita das razões que as fundamentaram em cada caso.

20.2.6.1 Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base na **alínea 'a'** do **subitem 12.4** deste Edital, a Subcomissão Técnica atribuirá pontuação a cada quesito ou subquesito da Proposta, conforme as regras previstas neste Edital, e lançará sua pontuação em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da Subcomissão Técnica, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

20.2.6.1.1 O disposto no subitem precedente não se aplica aos casos em que o descumprimento de regras previstas neste Edital resulte na identificação da licitante antes da abertura dos Invólucros nº 2.

20.2.7 As planilhas previstas nas **alíneas 'c' e 'f' do subitem 20.2.6** conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro para cada subquesito do Plano de Comunicação Publicitária de cada licitante e as pontuações de cada membro para os quesitos Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação de cada licitante.

Segunda Sessão

20.3 Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas (Invólucros nº 1 e nº 3), respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão Permanente de Licitação – CPL convocará as licitantes, na forma do **item 22** deste Edital, para participar da **SEGUNDA SESSÃO** pública, com a seguinte pauta básica:

Nº 285
CPL

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 2;

c) cotejar as vias não identificadas (Invólucro nº 1) com as vias identificadas (Invólucro nº 2) do Plano de Comunicação Publicitária, para identificação de sua autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica;

e) proclamar o resultado do julgamento geral da Proposta Técnica;

f) executar o sorteio previsto no **subitem 12.6,** quando for o caso;

g) informar que o resultado do julgamento geral das Propostas Técnicas será publicado na forma do **item 20**, com a indicação dos proponentes classificados e dos desclassificados, em ordem decrescente de pontuação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no **item 22**.

20.3.1 Além das demais atribuições previstas neste Edital, caberá à Subcomissão Técnica manifestar-se em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, se solicitado pela Comissão Permanente de Licitação – CPL.

Terceira Sessão

20.4 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação – CPL convocará as licitantes, na forma do **item 21** deste Edital, para participar da **TERCEIRA SESSÃO** pública, com a seguinte pauta básica:
a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;

b) abrir os Invólucros nº 4, com a Proposta de Preços, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação – CPL e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
c) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;

d) analisar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências deste Edital para a elaboração das Propostas de Preços e julgá-las de acordo com os critérios nele especificados;

Nº 286
CPL

e) identificar a Proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;

f) realizar com as licitantes mais bem-classificadas na fase da Proposta Técnica – caso não tenham apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/1993, art. 46, § 1º, inciso II, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;

g) realizar procedimento idêntico, na falta de êxito na negociação mencionada na alínea precedente, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação da agência;

h) declarar vencedoras do julgamento final das Propostas Técnica e de Preços as licitantes mais bem-classificadas na Proposta Técnica que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;

i) informar que o resultado do julgamento da Proposta de Preço e do julgamento final das Propostas será publicado na forma do **item 21** deste Edital, com a indicação da ordem de classificação, abrindo-se prazo para interposição de recurso, conforme disposto no **item 23**.

Quarta Sessão

20.5 Não tendo sido interposto recurso, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão Permanente de Licitação – CPL convocará as licitantes, na forma do **item 20** deste Edital, para participar da **QUARTA SESSÃO** pública, com a seguinte pauta básica:

a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
b) receber e abrir os Invólucros nº 5, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Permanente de Licitação – CPL e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

c) analisar a conformidade dos Documentos de Habilitação com as condições estabelecidas neste Edital e na legislação em vigor;

d) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 5;

e) informar:

Nº 2870
CPL

e.1) o resultado da habilitação;

e.2) que o resultado da habilitação será publicado na forma do **item 22** deste Edital, com a indicação dos proponentes habilitados e inabilitados, abrindo-se prazo de 5 (cinco) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto no art. 109, I, 'a' da Lei nº 8.666/1993;

e.3) que será publicado na forma do **item 22** deste Edital o nome da **vencedora** desta Concorrência, caso não tenha sido interposto recurso na fase de habilitação, ou tenha havido a sua desistência ou, ainda, tenham sido julgados os recursos interpostos.

21. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

21.1 Não tendo sido interposto recurso em nenhuma das fases desta licitação, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, a Comissão adjudicará o objeto desta licitação para a licitante vencedora. O Prefeito Municipal, homologará o resultado desta Concorrência e, assim, aprovará a adjudicação do seu objeto à licitante vencedora.

22. DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

22.1 A juízo da Comissão Permanente de Licitação – CPL, todas as decisões referentes a esta Concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial do Estado é obrigatória:

a) nas sessões de abertura de invólucros;

b) no Diário Oficial do Estado;

c) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

23. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

23.1 Eventuais recursos referentes à presente Concorrência deverão ser interpostos no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em petição escrita dirigida a Presidenta da Comissão Permanente de Licitação – CPL, protocolado no endereço e no horário mencionados no **subitem 4.1**.

23.2 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão impugná-lo no prazo máximo de 5 (cinco) dias úteis.

Nº 288
CPL

23.3 Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão Permanente de Licitação – CPL poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectiva(s) impugnação(ões) ao Chefe de Gabinete do Prefeito, que decidirá em 5 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

23.4 Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

23.5 Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos até o seu término, vista ao processo desta Concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão Permanente de Licitação – CPL.

23.6 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão Permanente de Licitação – CPL, motivadamente e se houver interesse para o Chefe de Gabinete do Prefeito, atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

24. CONDIÇÕES CONTRATUAIS

24.1 A licitante vencedora terá o prazo de 8 (oito) dias úteis, contado a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, e 20 (vinte) dias após a assinatura do contrato para apresentar a garantia de 1% (um por cento) do valor global do Objeto para execução dos serviços contratados.

24.1.1 No prazo de até 20 (vinte) dias da assinatura do contrato e retirada da Nota de Empenho, a licitante vencedora deverá apresentar garantia, em favor da Prefeitura Municipal de Imperatriz, correspondente a 1 % (um por cento) do valor estimado do contratado (subitem 23.1), a fim de assegurar a sua execução, em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993, à escolha das licitantes vencedoras:
a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;

b) seguro-garantia;

c) fiança bancária.

24.1.2 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/86, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

24.1.3 Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

Nº 289
CPL

a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;

b) a apólice deverá indicar a Prefeitura Municipal de Imperatriz como beneficiário;

c) a apólice deverá conter cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

24.1.4 Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;

b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à Prefeitura Municipal de Imperatriz, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;

d) cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

24.1.5 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

24.1.6 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da Secretaria de Estado da Comunicação Social.
24.1.7 Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato, implicando sua imediata rescisão.

24.1.7. Caso a empresa vencedora se recuse a assinar o Contrato no prazo a estipulados no **subitem 11.1**, para assinar o contrato, a Prefeitura Municipal de Imperatriz poderá, a seu critério, convocar os proponentes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta do primeiro classificado, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

Nº 290
CPL

24.2. O prazo de convocação poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pela licitante durante o seu transcurso e desde que ocorra motivo justificado aceito pela Administração.

24.3. Se a empresa vencedora se recusar a constituir a garantia contratual ou a assinar o Contrato, a Prefeitura Municipal de Imperatriz lhe aplicará multa administrativa no percentual de 5% (cinco por cento), sobre o valor total do Contrato, além de poder aplicar-lhe outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/93.

24.4 A Prefeitura Municipal de Imperatriz poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à CONTRATADA qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 8.666/93 e no Contrato a ser firmado entre as partes.

24.5 A rescisão do Contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da Prefeitura Municipal de Imperatriz, a retenção dos créditos decorrentes do Contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, efetivamente comprovados em procedimento administrativo, observada a ampla defesa da CONTRATADA, assegurada constitucionalmente, além das sanções previstas em lei, até a completa indenização dos danos.

24.6. A CONTRATADA poderão ser aplicadas as sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/93 e no Contrato firmado entre as partes.

24.7. Será da responsabilidade da contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

24.7.1. Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente briefing e do contrato que vier a ser assinado.

24.8 A contratada, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos à Prefeitura Municipal de Imperatriz, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam.

24.9 A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Concorrência, que envolva o nome da Prefeitura Municipal de Imperatriz, se houver expressa autorização desta.

24.10 É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente Concorrência para qualquer operação financeira.

Nº 291 CPL

24.11 A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta Concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

24.12 Prefeitura Municipal de Imperatriz, realizará semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nivel técnico dos trabalhos entregues e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela contratada, da diversificação dos serviços prestados e benefícios decorrentes da política de preços praticada.

24.13 A contratada centralizará o comando da publicidade da Prefeitura Municipal no município de Imperatriz, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.

24.14 Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste temo e em seus anexos, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta licitação e, quando for o caso, a Proposta de Preços com ela negociada.

24.15 A CONTRATADA poderá propor e realizar, mediante apresentação de justificativa e após a análise e autorização da Prefeitura Municipal de Imperatriz, ações de melhoria ou inovação nos serviços técnicos especializados contratados por meio desta licitação.

25. FISCALIZAÇÃO

25.1 A Prefeitura Municipal de Imperatriz, nomeia o servidor MARIA LETÍCIA DE OLIVEIRA SILVA, Matrícula nº 52.310 -1, como **FISCAL** titular e nomeará um substituto por Portaria, se for o caso, para executar a fiscalização do contrato resultante desta Concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, com a anuência da Prefeitura Municipal de Imperatriz.

26. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

26.1 Pela inexecução total ou parcial do objeto do contrato a Prefeitura Municipal de Imperatriz poderá, garantida a prévia defesa, aplicar a CONTRATADA as seguintes penalidades:

a. Advertência;
b. Multa de 0,3% (zero vírgula três por cento) por dia de atraso e por ocorrência de fato em desacordo com o proposto e o estabelecido no contrato, até o máximo de 10% sobre o valor total do Contrato, recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias corridos, a partir da data da comunicação oficial;
c. Multa de até 10% (dez por cento) sobre o valor total do Contrato, no caso de inexecução total ou parcial do objeto contratado, recolhida no prazo de 15 (quinze) dias corridos, contados da

Nº 292
CPL

comunicação oficial, sem embargo de indenização dos prejuízos porventura causados a Prefeitura Municipal de Imperatriz;
d. Suspensão temporária do direito de licitar e impedimento de contratar com a Administração Pública Municipal pelo prazo de até 2 (dois) anos, conforme a autoridade fixar em função da natureza e da gravidade da falta cometida;
e. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a contratada ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no subitem anterior;

26.2 As sanções previstas nos itens "a", "d" e "e" do item 26.1 poderão ser aplicadas juntamente com as sanções dos itens "b" e "c", facultada a defesa prévia do interessado no respectivo processo no prazo de 10 (dez) dias úteis.

26.3 A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa à CONTRATADA, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 8.666, de 1993, e subsidiariamente a Lei nº 9.784, de 1999.

26.4 A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

27. DA GARANTIA

27.1 Será exigida, após assinatura do Contrato, A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CONTRATANTE, no valor de R$ ..... (.....), correspondente a 1 % (um por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, no prazo de até 20 (vinte) dias, contado a partir da data de assinatura deste contrato.

27.2 No prazo de até 20 (vinte) dias da assinatura do contrato e retirada da Nota de Empenho, a licitante vencedora deverá apresentar garantia, em favor da Secretaria de Estado da Comunicação Social, correspondente a 1 % (um por cento) do valor estimado do contratado (subitem 23.1), a fim de assegurar a sua execução, em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993, à escolha das licitantes vencedoras:

a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;

b) seguro-garantia;

c) fiança bancária.

Nº 293
CPL

27.3 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/86, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

27.4 Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;
b) a apólice deverá indicar a Prefeitura Municipal de Imperatriz como beneficiário;
c) a apólice deverá conter cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

27.5. Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:
a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;
b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à Prefeitura Municipal de Imperatriz, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;
d) cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

27.6 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

27.7 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da Secretaria de Estado da Comunicação Social.

27.8 Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato, implicando sua imediata rescisão.

27.9 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 05 (cinco) dias, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

Nº 294
CPL

27.10 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

27.11 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 8.666/1993.

27.11.1 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 20 (vinte) dias, contado da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

27.12 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 60 (sessenta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, pelo FISCAL do contrato, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

27.12.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

28. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

28.1. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Minuta do Contrato (**Anexo V**).

28.2. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos presente na Minuta do Contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços ou, se for o caso, de acordo com os preços negociados na forma prevista no **subitem 19.4, alíneas 'f' e 'g'**, deste Edital.

29. DA VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

O futuro contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado por igual período e sucessivos até o limite de 60 (sessenta meses), nos termos da Art.57, inc. II da Lei 8.666/93.

30. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

30.1 Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

30.1.1 Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

Nº 295 CPL

30.1.2 Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em Imperatriz, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório. Se necessário, a CONTRATADA poderá eventualmente utilizar-se de seus estabelecimentos em outros Estados para executar parte dos serviços objeto do futuro contrato, desde que garantidas às condições previamente acordadas.

30.1.2.1. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em Imperatriz/MA, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.

30.1.3. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto do futuro contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

30.1.4. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto do futuro contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.

30.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

30.1.5.1 Pertencem a CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

30.1.5.1.1 O disposto no subitem 19.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

30.1.5.2 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

30.1.5.3 A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

30.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas no contrato.

Nº 296
CPL

30.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

30.1.7 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:
I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;
II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Cadastro de Fornecedores do Município de Imperatriz, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto;
III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;
IV - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitário e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;
V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.
VII – a CONTRATADA após recebimento da CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de 72 (setenta e duas horas), a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto.

30.1.7.1 Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do futuro contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

30.1.7.1.1. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis nas Secretarias Municipais e na CPL.

30.1.7.2 Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE.

30.1.7.3 Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá:

Nº 297
CPL

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do futuro contrato;
b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

30.1.7.4 Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

30.1.7.5 As disposições dos subitens 19.1.7 a19.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

30.1.8 Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

30.1.8.1 É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:
I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;
II - dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

30.1.9 Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

30.1.9.1 A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

30.1.10 Apresentar à CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

30.1.11 Apresentar à CONTRATANTE estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

Nº 298
CPL

30.1.11.1 O estudo deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

30.1.11.1.1 O resultado da negociação global entre as partes vigerá para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura do contrato.

30.1.11.1.2 Ao final do período de 6 (seis) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 6 (seis) meses seguintes e assim sucessivamente.

30.1.11.1.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 19.1.11, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

30.1.12 Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:
a) TV e Cinema: cópias em *X d can, pen drive, e/ou* DVD e/ou arquivos digitais;
b) Internet: cópias em CD;
c) Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;
d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

30.1.12.1Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de cópia em *X d can ou pen drive* com a peça de TV.
30.1.13 Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos.

30.1.14 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

30.1.14.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 19.1.12.

30.1.15 Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

Nº 299
CPL

30.1.16 Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

30.1.16.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato.

30.1.16.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 1 (um) dia útil, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

30.1.17 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

30.1.18 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do futuro contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

30.1.19 Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

30.1.20 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.
30.1.21 Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

30.1.22 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

30.1.23 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

30.1.24 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham

Nº 300
CPL

a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

30.1.25 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

30.1.26 Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

30.1.27 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

30.1.28 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

30.1.29 Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto do contrato.

30.1.30 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

30.1.31 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

30.1.31.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

30.1.32 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato.

Nº 301
CPL

31 - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

31.1. Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:
a) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
b) Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;
c) Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;
d) Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA;
e) Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;
f) Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato;
g) Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

31.2 A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

32. DISPOSIÇÕES FINAIS

32.1 É facultada à Comissão Permanente de Licitação – CPL, em qualquer fase desta Concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente das Propostas Técnica e de Preços ou dos Documentos de Habilitação.

32.2 A Comissão Permanente de Licitação – CPL, poderá em qualquer fase do processo, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações disponíveis para a realização dos serviços objeto desta Concorrência.

32.3 A supervisão e a coordenação dos serviços objeto deste Edital, assim como o relacionamento com a CONTRATADA, são atribuições da Assessoria de Comunicação – ASCOM, da Prefeitura Municipal de Imperatriz.

32.4. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as proponentes.

Nº 302
CPL

32.5. Se houver indícios de conluio entre as proponentes ou de qualquer outro ato de má-fé, a CPL comunicará os fatos verificados à **Procuradoria Geral do Município de Imperatriz** e ao **Ministério Público Estadual**, para as providências devidas.

32.6. É proibido a qualquer proponente tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se o autor às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 93 da Lei nº. 8.666/93.

32.7. Antes do aviso oficial do resultado desta Concorrência, não serão fornecidas, a qualquer pessoa, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

32.8. Qualquer tentativa de uma proponente influenciar a Comissão Permanente de Licitação no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

32.9. A proponente inabilitada deverá retirar sua Proposta de Preços, no prazo de até **30 (trinta)** dias contados da data da intimação do ato. Decorrido esse prazo, sem que as Propostas tenham sido retiradas, a CPL providenciará a sua destruição.

32.10. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta Concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

32.11. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão Permanente de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital e seus Anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

32.12. Antes da data marcada para o recebimento dos invólucros com as Propostas Técnicas e de Preços, a Comissão Permanente de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital e seus Anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

32.13 Se ocorrer a desclassificação ou inabilitação de licitante vencedora por fatos referidos no subitem anterior a Prefeitura Municipal de Imperatriz poderá convocar as licitantes remanescentes por ordem de classificação ou revogar esta concorrência.

Nº 303
CPL

32.14 Correrão por conta da Prefeitura Municipal de Imperatriz as despesas que incidirem sobre a formalização do Contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial do Maranhão, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº. 8.666/93.

32.15 Os licitantes assumem todos os custos de preparação e apresentação de suas propostas e a Administração não será, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do processo licitatório.
32.16 As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da Justiça Estadual, Comarca de Imperatriz – MA, com a exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.
32.17. Na hipótese do processo licitatório vir a ser interrompido, o prazo de validade das propostas fica automaticamente prorrogado por igual número de dias em que estiver suspenso o feito.
32.18. Na contagem dos prazos estabelecidos neste Edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o dia do vencimento.
32.19. A Comissão Permanente de Licitação prestará todos os esclarecimentos solicitados pelos interessados nesta licitação, sobre o Edital e seus anexos, onde poderão ser consultados gratuitamente ou obtidos mediante solicitação ao Presidente da CPL e o pagamento no valor de R$ 50,00 (cinquenta reais), a ser recolhido através de Documento de Arrecadação Municipal – DAM, estando disponível para atendimento em dias úteis, das 13:00 às 19:00 horas, na sua sede, na Rua Dom Cesário, 360 - Três Poderes - Imperatriz - MA.

Imperatriz (MA) 11 de fevereiro de 2019.

Bruno Caldas Siqueira Freire
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

Nº 304
CPL

BRIEFING

IMPERATRIZ-MA
2018

06
Nº FLS
ASCOM
Nº
305
CPL

1 INTRODUÇÃO

Imperatriz, ao longo do último ano vem se consolidando entre os municípios mais pujantes do país.

A instalação de indústrias e a retomada do comércio tem contribuído para um impulsionamento na economia local, a qual acaba por pressionar o poder público municipal a atuar de forma mais incisiva junto às necessidades sociais de toda a coletividade desta cidade.

Desafios inovadores se apresentam e se renovam anualmente. Bairros mais populosos e distantes, acesso à saúde, educação, ou mesmo conexão à internet são anseios antigos e novos de nossos munícipes. Tudo isso é a prefeitura que deve garantir.

A distância de Imperatriz para a capital do Estado nos obriga a encontrar soluções rápidas e viáveis para nossa cidade que, neste sentido, acaba se transformando em uma verdadeira capital para seus habitantes e para todos os desta região do país.

Assim, diante desta breve explanação, observa-se que esta cidade impõe os desafios mais expressivos que os grandes centros deste país oferecem às suas administrações, juntado a isso o pouco recurso que o governo do Estado proporciona, incondizentes com a importância de Imperatriz-MA.

Neste sentido, a comunicação social deste momento tem que criar um novo pensamento coletivo, de economia e investimento, exigindo transparência para se ganhar resultado diante da atuação da administração pública.

Não se trata somente dos habitantes de Imperatriz, mas de todos os seus usuários. Não se faz comunicação apenas para nossos cidadãos, mas para todos da região que necessitam desta cidade.

É com olhar nesta responsabilidade que devemos suplicar a sensibilidade da gestão em dar ligeireza a este procedimento, para atendermos toda essa população desta região do país que se socorre do poder público desta cidade para o mínimo existencial necessário.

2 COMPROMISSOS DE GOVERNO

A seguir, os principais compromissos do novo Governo Municipal de Imperatriz com a cidade e seus cidadãos.

2.1 URBANIZAÇÃO E INFRAESTRUTURA

- Humanizar ainda mais hospitais e postos de saúde;
- Aproximar cidadãos da administração pública;
- Ampliar os ganhos sociais;
- Melhorar a rede asfáltica do município;

Nº 306 CPL
07 Nº FLS

- Ampliar o serviço de conexão à internet gratuita;
- Melhorar a estrutura das escolas públicas;
- Avançar ainda mais na qualidade do ensino público;
- Conscientizar a todos dos deveres da qualidade do serviço público ofertado;
- Realinhar o centro comercial da cidade, regularizando e ordenando o comércio informal
- Construir novos equipamentos públicos, que embelezem e proporcionem áreas de vivência para a população

2.2 SAÚDE

- Dotar a cidade de uma estrutura própria de Hospital Municipal, potencializando ainda mais as áreas específicas, como as da URGÊNCIA, da ORTOPEDIA, da HEMODINÂMICA, da PEDIATRIA e de todos os serviços de prevenção

- Ampliar a recuperação de equipamentos deixados sucateados e retomar canteiros de obras abandonados, como as academias de ginástica

- Continuar as reformas, modernização e equipagem dos postos de saúde existentes e construir novos nos bairros e distritos ainda não cobertos.

- Instrumentalizar Imperatriz para que tenha poder de pactuar e se remunerar pelos serviços prestados para todas as demais cidades da região, podendo, enfim, usufruir da condição de principal centro médico da pré-Amazônia

- Continuar a capacitar e valorizar todo o corpo de funcionários da saúde.

- Adquirir e manter unidades móveis de saúde, com pessoal treinado.

- Investir ainda mais na melhoria das condições de trabalho dos servidores da saúde.

- Modernizar, potencializar e ampliar a saúde do trabalhador através do Centro Regional de Referência do Trabalhador (Cerest).

- Fortalecer ainda mais as ações de vigilância no controle de doenças e endemias.

- Ampliar o tratamento do câncer com implantação do serviço de radioterapia, em parceria com os governos estadual e federal.

- Ampliar a ação do Samu para a zona rural e demais bairros.

- aumentar os espaços públicos para a prática de atividades físicas que auxiliem na prevenção de doenças, como na Avenida Bernardo Sayão, marginais da BR 010, Avenida XV de Novembro, etc.

2.3 EDUCAÇÃO

- Construir outras novas escolas, além das já entregues nesta gestão, para suprir as necessidades que atualmente se suprem com o aluguel de estruturas particulares, nem sempre perfeitamente adequadas

Nº 307 CRL
08 Nº FLS

- Cumprir todas as garantias instituídas no Estatuto do Magistério.

- Modernizar o sistema de DIÁRIO DE CLASSE, democratizando o acesso dos pais de alunos a todas as informações referentes aos seus filhos, tais como frequência, notas e programas desenvolvidos nas salas e extras classes

- Observar a data-base dos servidores para a revisão anual de salário.

- Instituir um programa permanente de qualificação dos servidores municipais.

- Ampliar o número de creches que funcionam em regime de oito horas, atendendo crianças de 0 a 2 anos e de 3 a 5 anos.

- Fornecer mais fardamento gratuito para todos os alunos da rede municipal, composto por calça, camisa, tênis e mochila.

- Integrar ações da escola, serviços de saúde e projetos sociais para evitar que os jovens sejam atraídos para as drogas e o crime.

2.4 ASSISTÊNCIA SOCIAL

- Melhorar ainda mais o Programa Imperatriz a Gente Faz Cidadania, em forma de Mutirões Sociais, para vencer a burocracia e facilitar a inclusão de famílias carentes e idosos em programas do Governo Federal, como Bolsa Família e Benefício de Prestação Continuada (BPC).

- Dinamizar cada vez mais os Conselhos Municipais, garantindo em suas reuniões e atividades a presença de representantes da Prefeitura.

- Ampliar o programa Casa do Idoso, implantando as unidades de bairros, em parceria com o Governo Federal.

- Combater a violência contra os idosos, como programas permanentes de alerta para a necessidade de se denunciar essa mazela

- Valorizar mais, incentivar melhor e motivar o trabalho voluntário e a atuação de entidades do terceiro setor.

- Ampliar o alcance dos programas sociais existentes.

2.5 PROMOÇÃO DA MULHER E DA JUVENTUDE

- Desenvolver permanentemente programas de defesa da mulher, contra a violência e a falta de oportunidade de evolução social

- Implantar programas de capacitação profissional

Nº 308 CPL
09 Nº FLS

2.6 ESPORTE E LAZER

- Potencializar os Jogos Escolares Municipais, como forma de estimular às práticas saudáveis e como meio de bloqueio às drogas

- Apoiar a ida aos Jogos Escolares Estaduais

- Construir mais espaços, inclusive nas escolas, para as práticas esportivas

- Fortalecer mais as instituições e entidades filantrópicas que atuam na proteção e formação dos jovens, como Escoteiros, Desbravadores e Bombeiros Mirins.

2.7 DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO, EMPREGO E RENDA

- Estimular a frequência à sala do empreendedor.

- Incentivar e apoiar os pequenos agricultores do Cinturão Verde, incluindo sua produção no cardápio da merenda escolar.

- Criar a Feira Itinerante do Pequeno Agricultor.

- Buscar alternativas para a implantação da Central de Abastecimento de Imperatriz (Ceasa).

- Organizar o comércio informal da cidade, com o cadastramento de ambulantes, ordenamento e criação de espaços específicos para a atividade.

2.8 CULTURA

- Reestruturar as ações da Fundação Cultural.

- Implementar o Fundo de Incentivo á Cultura do Município

- Revitalizar a Feira do Artesanato.

- Animar o calendário cultural incentivando os eventos, tais como Carnaval, Aniversário da Cidade, São João, Natal, etc

- Resgatar marcas históricas da cultura imperatrizense, com o Festival de Música FAZER

- Apoiar a Feira do Livro.

- Estimular a Academia Imperatrizense de Letras a realizar encontros literários.

- Estimular a realização de oficinas literárias e de artes plásticas nos bairros.

- Recriar a Escola de Música Carlos Gomes de Amorim.

- Realizar conferência municipal com artistas de todos os setores para definir prioridades culturais.

- Integrar a Fundação Cultural nas políticas de prevenção da violência promovidas pela Prefeitura.

2.9 MEIO AMBIENTE

- Cumprir a Lei dos Lixões,

- Dotar a cidade do seu ATERRO SANITÁRIO

- Fortalecer a Coleta Seletiva de Lixo implantada recentemente.

- Promover a revitalização, proteção e limpeza permanente dos riachos que cortam a cidade;

- Ampliar o projeto de arborização da cidade;

- Buscar recursos para ampliar a rede de coleta e tratamento de esgotos.

- Garantir a preservação do Rio Tocantins.

3 DA APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

Quesitos:	**Subquesitos:**
a) Plano de Comunicação Publicitária	
	a.1. Raciocínio Básico
	a.2. Estratégia de Comunicação Publicitária
	a.3. Ideia Criativa
	a.4. Estratégia de Mídia e Não Mídia
b) Capacidade de Atendimento	
c) Repertório	
d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

Nº FLS 11 ASCOM
Nº 310 CPL

3.1 A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto as expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada

3.2 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

- em papel A4, branco, orientação retrato;
- com espaçamento de 2 cm nas margens direita e esquerda, não havendo detalhamento para margens superior e inferior;
- sem recuos nos parágrafos e linhas subsequentes;
- com textos justificados;
- com espaçamento 'simples' entre as linhas;
- com texto e numeração de páginas em fonte 'ARIAL', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '12 pontos'.
- com numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
- em caderno único e com ESPIRAL PRETO colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4 branco, ambas em branco;
- sem nenhum tipo de identificação.

3.2.1. Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Publicitária poderão ter gráfico e ou tabela, observadas as seguintes regras:

a) os gráficos ou tabelas poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações dos quadros e ou tabelas devem ser editados na fonte 'arial', estilo 'normal', cor 'automático', tamanho '10 pontos';

c) as páginas em que estiverem inseridos os gráficos e ou tabelas poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no **subitem 3.2.6**, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

3.2.2 As especificações do **subitem 3.2** aplicam-se à indicação prevista no **subitem 3.3.3.3.2**.

3.2.3 Os gráficos, tabelas e planilhas integrantes do subquesito Estratégia de Mídia e Não Mídias poderão ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses documentos e poderão ser editados em cores.

3.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesito poderão ser apresentadas em papel A3 dobrado.

3.2.4 Os exemplos de peças e ou material integrantes do subquesito da Ideia Criativa serão apresentados separadamente do caderno de que trata o **subitem 3.2**.

3.2.4.1 Esses exemplos devem adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto **nas alíneas 'c' dos subitens 3.11.1.4 .**

3.2.5 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 2.

3.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Publicitária e da relação comentada prevista na **alínea 'a' do subitem 3.3.3** estão limitados, no conjunto, a 08 (oito) páginas, ressalvado que não serão computadas nesse limite as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos desses subquesitos.

3.2.7 Os textos da Estratégia de Mídia e Não Mídia não tem limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentarem especialmente para o disposto na **alínea 'c' do subitem 3.11.1.4, no subitem 3.2.4.1.**

3.2.8 Para fins desta Concorrência, consideram-se como Não Mídia os meios que não implicam a compra de espaço e ou tempo em veículos tradicionais de divulgação para a transmissão de mensagem publicitária.

3.2.9 Podem ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de identificar o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e seus subquesitos: Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia.

3.2.9.1 Essas páginas devem seguir as especificações do **subitem 3.2**, no que couber.

3.3 O Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Publicitária, Ideia Criativa e Estratégia de Mídia e Não Mídia, deverá ser elaborado com base neste Briefing, observadas as seguintes disposições:

3.3.1 **Raciocínio Básico**: apresentação pela licitante de diagnóstico das necessidades de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Imperatriz para enfrentar o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s);

3.3.2 **Estratégia de Comunicação Publicitária**: apresentação pela licitante das linhas gerais da proposta para suprir o(s) desafio(s) ou o(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) e alcançar os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos neste Briefing, compreendendo:

a) explicitação e defesa do partido temático e do conceito que, de acordo com seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução publicitária;

13 Nº FLS ASCOM
Nº 312 CPL

b) explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação Publicitária sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

3.3.3 **Ideia Criativa**: apresentação pela licitante de campanha publicitária, observadas as seguintes disposições:

a) apresentar relação de todas as peças e ou material que julgar necessários para a execução da sua proposta de estratégia de comunicação publicitária, como previsto no **subitem 3.3.2**, com comentários sobre cada peça e ou material.

b) da relação prevista na alínea anterior, escolher e apresentar como exemplos as peças e ou material que julgar mais indicados para corporificar objetivamente sua proposta de solução do(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, conforme explicitado na estratégia de comunicação publicitária.

3.3.3.1 Os comentários mencionados na **alínea 'a'** do **subitem 3.3.3** estão circunscritos à especificação de cada peça e ou material e à explicitação das funções táticas que se pode esperar de cada peça e ou material.

3.3.3.2 Se a campanha proposta pela licitante previr número de peças e ou material superior ao que pode ser apresentado 'fisicamente', conforme estabelecido na **alínea 'b' do subitem 3.3.3 e na alínea 'a' do subitem 3.3.3.3,** a relação prevista na **alínea 'a' do subitem 3.3.3** deverá ser elaborada em dois blocos: um para as peças e ou material apresentados como exemplos e outro para o restante.

3.3.3.3 Os exemplos de peças e ou material de que trata a **alínea 'b' do subitem 3.3.3:**

a) estão limitados a **10 (dez)**, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça e ou material;

b) podem ser apresentados sob a forma de:

b1 roteiro, leiaute e ou *story-board* impressos, para qualquer meio;

b2) protótipo ou 'monstro', para rádio e internet;

b3) *story-board* animado ou *animatic*, para TV e cinema.

c) só serão aceitos exemplos finalizados em caso de peças ou material não mídia.

3.3.3.3.1 Para fins de cômputo das peças que podem ser apresentadas 'fisicamente', até o limite de que trata a **alínea 'a'** do **subitem 3.3.3.3**, devem ser observadas as seguintes regras:

a) as reduções e variações de formato serão consideradas como peças;

b) cada peça apresentada como parte de um *kit* será computada no referido limite;

Nº 14 FLS
Nº 313 CPL

c) anúncio composto de páginas sequenciais será considerado uma peça;

d) anúncio para *tablets* e dispositivos similares com mais de uma página será considerado uma peça;

e) adesivagem de *fingers* e similares será considerada uma peça;

f) um *hotsite* e todas as suas páginas serão considerados uma peça;

g) um filme e o *hotsite* em que se encontra hospedado serão considerados duas peças;

h) um *banner* e o *hotsite* para o qual ele esteja direcionado serão considerados duas peças;

i) um *hotsite* cuja página de abertura e ou demais páginas internas sejam formadas por animações ou imagens captadas, formando um conjunto integrado ao *hotsite*, será considerado uma peça.

3.3.3.3.2 Cada peça e ou material deverá trazer indicação sucinta (exemplos: cartaz, filme TV, spot rádio, anúncio revista, 'monstro' internet) destinada a facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação comentada prevista na **alínea 'a' do subitem 3.3.3**.

3.3.3.3.3 Os *story-boards* animados ou *animatics* e os protótipos ou 'monstros' poderão ser apresentados em CD, CD-Rom, DVD-Rom, executáveis em computadores pessoais, ressalvado que não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referência da ideia a ser produzida.

3.3.3.3.4 Os 'monstros' de peças para a internet poderão ser produzidos em quaisquer dos formatos universais, a exemplo de pdf, jpg, html, mpeg, swf e mov.

3.3.3.3.5 As peças gráficas poderão ser impressas em tamanho real ou reduzido, desde que não prejudique sua leitura, sem limitação de cores, com ou sem suporte e ou *passe-partout*, observado o disposto no **subitem 3.2.4.1**.

3.3.4 **Estratégia de Mídia e Não Mídia** - constituída de:

a) apresentação em que a licitante explicitará e justificará a estratégia e as táticas recomendadas, em consonância com a estratégia de comunicação publicitária por ela sugerida e em função da verba referencial indicada neste Briefing sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas;

b) simulação de plano de distribuição, cujo valor estimado será de **R$ 350.000,00 (trezentos e cinquenta mil reais),** em que a licitante identificará todas as peças e ou material destinado à veiculação, exposição ou distribuição, sob a forma de textos, tabelas, gráficos e planilhas.

3.3.4.1 Todas as peças e material que integrarem a relação comentada prevista na **alínea 'a'** do **subitem 3.3.3** deverão constar dessa simulação.

3.3.4.2 Dessa simulação deverá constar resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) o período de distribuição das peças e ou material;

b) as quantidades de inserções das peças em veículos de divulgação;

c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios;

d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e ou na execução técnica de cada peça destinada a veículos de divulgação;

e) as quantidades a serem produzidas de cada peça e ou material de não mídia;

f) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça e ou material de não mídia;

g) os valores (absolutos e percentuais) alocados na distribuição de cada peça e ou material de não mídia.

3.3.4.3 Nessa simulação:

a) os preços das inserções em veículos de comunicação devem ser os de tabela cheia, vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação;

b) deve ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

c) devem ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

3.4. O Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada, sem os exemplos de peças e ou material da Ideia Criativa, deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da licitante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

3.5 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem a capacidade de atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'ARIAL', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Nº FLS 10 ASCOM
Nº 315

3.5.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no **subitem 3.5** poderá ser editada em papel A3 dobrado.

3.5.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no **subitem 3.5** não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

3.5.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

3.6 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante apresentará:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;

b) a quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;

c) as instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

d) a sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;

e) a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Imperatriz, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

REPERTÓRIO

3.7 A licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material que constituem o REPERTÓRIO em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3.7.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no **subitem 3.7** poderá ser editada em papel A3 dobrado.

Nº FLS 17 ASCOM

Nº 316

3.7.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

3.7.3 Não há limitação de número de páginas para apresentação do Repertório.

3.8 O Repertório será constituído de peças e ou materiais concebidos e veiculados, expostos ou distribuídos pela licitante.

3.8.1 A licitante deverá apresentar 05 (cinco) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição.

3.8.1.1 As peças e ou material devem ter sido veiculados, expostos ou distribuídos a partir de 01.01.2015.

3.8.1.2 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD, CD ou PEN DRIVE.

3.8.1.3 As peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no **subitem 3.7**, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura das peças e deverão ser indicadas suas dimensões originais.

3.8.1.4. Se a licitante apresentar peças em quantidade inferior à estabelecida no **subitem 3.8.1**, sua pontuação máxima, neste quesito, será proporcional ao número de peças apresentadas. A proporcionalidade será obtida mediante a aplicação da regra de três simples em relação à pontuação máxima prevista na **alínea 'c'** do **subitem 4.3.1**.

3.8.2. Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

3.8.3 As peças e ou material não podem referir-se a trabalhos solicitados e ou aprovados pela Prefeitura Municipal de Imperatriz.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

3.9 A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'ARIAL', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

Nº FLS 18 ASCOM

Nº 317

3.9.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no **subitem 3.9** poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no **subitem 3.10**, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

3.9.2 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

3.10 A licitante deverá apresentar 02 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

3.10.1 As propostas de que trata o **subitem 3.10** devem ter sido implementadas a partir de 01.01.2012.

3.10.2 Se a licitante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade de pontuação máxima prevista na **alínea 'd'** do **subitem 4.3.1.**

3.10.3 Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes e não podem referir-se a ações de comunicação solicitadas e ou aprovadas pela Prefeitura Municipal de Imperatriz.

3.10.3.1 A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela licitante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

3.10.4 É permitida a inclusão de até 03 (três) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

I - as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD;

II - as peças gráficas poderão integrar o caderno específico previsto no **subitem 3.9**, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas separadamente. Em todos os casos, deverão ser indicadas suas dimensões originais;

III - para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

3.11 **ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA**: A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão Permanente de Licitação - CPL acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

Nº FLS ASCOM

Nº 318 CPL

3.11.1 No **Invólucro nº 1** deverá estar acondicionado **o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada**, de que tratam os **subitens 3.2 e 3.3**.

3.11.1.1 Só será aceito o Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela CPL.

3.11.1.1.1 O invólucro padronizado deverá ser retirado pela interessada na sede da CPL.

3.11.1.2 O invólucro padronizado só será entregue à agência que o solicite formalmente.

3.11.1.3 O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

3.11.1.4 Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 2 – o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Publicitária, o Invólucro nº 1 não poderá:

a) ter nenhuma identificação;

b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

c) estar danificado ou deformado pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Invólucro nº 2

3.11.1.5 No **Invólucro nº 2** deverá estar acondicionado o **Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada**, de que trata o **subitem 3.4.**

3.11.1.6 O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CPL

Rua Rafael de Almeida Ribeiro, nº 600, Bairro São Salvador, Imperatriz - MA

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária – Via Identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 00/20XX- CPL

3.11.1.7 O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

Nº FLS 80 ASCOM

Nº 319

Invólucro nº 3

3.11.1.8 No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a **Capacidade de Atendimento, o Repertório e os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**, de que tratam os **subitens 3.5 a 3.10**.

3.11.1.9 O Invólucro nº 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CPL

Rua Rafael de Almeida Ribeiro, nº 600, Bairro São Salvador, Imperatriz - MA

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório

e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 07/20XX - CPL

3.11.1.10 O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que trata, até sua abertura.

3.11.1.11 O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Publicitária – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 2.

4. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

4.1 A Subcomissão Técnica prevista no **subitem 9.2** deste briefing analisará as Propostas Técnicas das licitantes quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste briefing e em seus anexos.

4.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

4.2.1 **Plano de Comunicação Publicitária**

4.2.1.1 **Raciocínio Básico** - a acuidade de compreensão:

a) das funções e do papel da Prefeitura Municipal de Imperatriz, nos contextos sociais, político e econômico;

b) da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Imperatriz com seus públicos;

c) das características da Prefeitura Municipal de Imperatriz e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

d) sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;

e) do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação a ser(em) enfrentado(s) pela Prefeitura Municipal de Imperatriz.

f) das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Imperatriz para enfrentar esse(s) desafio(s) ou problema(s).

4.2.1.2 **Estratégia de Comunicação Publicitária**

a) a adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Imperatriz e a seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação;

b) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;

c) a riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da Prefeitura Municipal de Imperatriz com seus públicos;

d) a adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do(s) desafio(s) ou do(s) problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Imperatriz.

e) a consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

f) a capacidade de articular os conhecimentos sobre a Prefeitura Municipal de Imperatriz, o mercado no qual se insere, seu(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação, seus públicos, os objetivos, geral e específicos, de comunicação previstos neste Briefing e a verba disponível.

4.2.1.3 **Ideia Criativa**

a) sua adequação ao(s) desafio(s) ou problema(s), geral e ou específico, de comunicação da Prefeitura Municipal de Imperatriz.

b) sua adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante;

c) sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;

d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

e) a originalidade da combinação dos elementos que a constituem;

22 Nº FLS ASCOM

Nº 321

f) a simplicidade da forma sob a qual se apresenta;

g) sua pertinência às atividades da Prefeitura Municipal de Imperatriz e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;

h) os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;

i) a exequibilidade das peças e ou do material;

j) a compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

4.2.1.4 **Estratégia de Mídia e Não Mídia**

a) o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de público prioritários;

b) a capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;

c) a consistência do plano simulado de distribuição das peças e ou do material em relação às duas alíneas anteriores;

d) a pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da Prefeitura Municipal de Imperatriz;

e) a economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e ou do material;

f) a otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

4.2.2 **Capacidade de Atendimento**

a) o porte e a tradição dos clientes atuais da licitante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;

b) a experiência dos profissionais da licitante em atividades publicitárias;

c) a adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação publicitária da Prefeitura Municipal de Imperatriz;

d) a adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;

e) a operacionalidade do relacionamento entre a Prefeitura Municipal de Imperatriz e a licitante, esquematizado na proposta;

f) a relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a licitante colocará regularmente à disposição da Prefeitura Municipal de Imperatriz, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

4.2.3 **Repertório**

a) ideia criativa e sua pertinência ao problema que a licitante se propôs a resolver;

b) a qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;

c) a clareza da exposição das informações prestadas;

4.2.4 **Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**

a) a evidência de planejamento publicitário;

b) a consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;

c) a relevância dos resultados apresentados;

d) a concatenação lógica da exposição.

4.3 A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de **100 (cem)** pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

4.3.1 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

a) Plano de Comunicação Publicitária: **65 (sessenta e cinco)** pontos;

a.1) Raciocínio Básico: **10 (dez)** pontos;

a.2) Estratégia de Comunicação Publicitária: **25 (vinte e cinco)** pontos;

a.3) Ideia Criativa: **20 (vinte)** pontos;

a.4) Estratégia de Mídia e Não Mídia: **10 (dez)** pontos;

b) Capacidade de Atendimento: **15 (quinze)** pontos;

c) Repertório: **10 (dez)** pontos;

d) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação: **10 (dez)** pontos;

Pontuação Máxima Total	100 pontos

4.3.2 A pontuação do quesito corresponderá à média aritmética dos pontos de cada membro da Subcomissão Técnica.

4.3.2.1 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a **20% (vinte por cento)** da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste briefing.

4.3.2.2 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

4.3.3 A nota de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

4.3.4 Serão consideradas mais bem-classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as licitantes que obtiverem as **03 (três)** maiores pontuações, observado o disposto nas alíneas 'b' e 'c' do subitem **4.4.**

4.4 Será desclassificada a Proposta que:

a) não atender às exigências do presente briefing e de seu anexo;

b) não alcançar, no total, a nota mínima de **70 (setenta)** pontos;

c) obtiver pontuação zero em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os **subitens 4.2.1.1 a 4.2.1.4 e 4.2.2. a 4.2.4**.

4.5. Se houver empate que impossibilite a identificação automática das licitantes mais bem-classificadas nesta fase, serão assim consideradas que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos **subitens 4.2.1, 4.2.2, 4.2.3 e 4.2.4**.

4.6. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio a ser realizado na própria sessão ou em ato público marcado pela Comissão Permanente de Licitação - CPL.

5. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

5.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser:

a) apresentada em caderno único, em papel que identifique a licitante, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;

b) elaborada em dois documentos distintos, descritos nos **subitens 5.2 e 5.3**;

c) datada e assinada nos documentos referidos nos **subitens 5.2 e 5.3**, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

5.2 A licitante deverá apresentar Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, a ser elaborada apenas com as informações constantes na planilha de preço.

5.3 A licitante deverá elaborar Declaração na qual:

a) estabelecerá os percentuais máximos a serem pagos Prefeitura Municipal de Imperatriz:

a.1) aos detentores de direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos, na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado;

a.2) aos detentores dos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, incorporadas a peças, em relação ao valor original da cessão desses direitos, na reutilização das peças por período igual ao inicialmente ajustado;

b) comprometer-se-á a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de serviços especializados e veículos, quando for o caso, transferindo à Prefeitura Municipal de Imperatriz as vantagens obtidas;

c) informará estar ciente e de acordo com as disposições alusivas a direitos autorais que serão estabelecidas da minuta de contrato.

5.4 Os preços propostos serão de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato a ser firmado, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

6.VALORAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

6.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste briefing e seu anexo.

6.2. Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar preços baseados em outra Proposta ou que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços.

6.3. Os quesitos a serem valorados são os integrantes da Planilha que constitui a planilha de preço sujeito a valoração, ressalvado que, nos termos do art. 46, § 1º, da Lei nº 8.666/1993, não será aceito:

a) Desconto inferior a **50% (cinquenta e por cento)** em relação aos preços previstos na tabela da Fenapro 2018/2019 de uso de competência do Sindicato das Agências de

Propaganda do Estado do Maranhão a titulo de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante, referentes a peças e ou material cuja distribuição lhe proporcione ou não desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

b) Percentual de honorários superior a **10 % (dez por cento),** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato;

c)Percentual de honorários superior a **10 % (dez por cento),** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de forma inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

d)Percentual de honorários superior a **10% (dez por cento),** incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e/ou material cuja a distribuição proporcione ou não à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

6.3.1Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão Permanente de Licitação - CPL considerará o preço por extenso.

6.4 A nota da Proposta de Preços será apurada conforme a metodologia a seguir.

6.4.1 A Comissão Permanente de Licitação - CPL calculará os pontos de cada quesito a ser valorado, conforme a seguinte tabela:

Desconto/Honorários	**Pontos (P)**
Percentual de desconto sobre os custos dos serviços previstos na **alínea 'a' do subitem 6.3**	P1 = 1,0 x Desconto
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na **alínea 'b' do subitem 6.3**	P2 = 2,0 x (4,0 - Honorários)
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços previstos na **alínea 'c' do subitem 6.3**	P3 = 4,0 x (4,0 - Honorários)
Percentual de honorários incidente sobre os preços dos serviços prestados na **alínea 'd' do subitem 6.3**	

	P4 = 4,0 x (9,0 – Honorários)
Para efeito de cálculo dos pontos de cada licitante, os termos 'desconto' e 'honorários' serão substituídos nas fórmulas da coluna Pontos pelas respectivas percentagens constantes de sua Planilha de Preços Sujeitos a Valoração, sem o símbolo '%'.	

6.4.2 A nota de cada Proposta de Preços corresponderá à soma algébrica dos pontos obtidos nos quesitos constantes da tabela referida no **subitem 6.4**, como segue: P = P1 + P2 + P3 + P4.

6.4.3 A Proposta de Preços que obtiver a maior pontuação será considerada como a de menor preço.

6.4.3.1Se houver empate, será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar, sucessivamente:

a) maior desconto em relação aos preços previstos na tabela do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Maranhão a titulo de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela licitante;

b) menor percentual de honorários, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione à licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

c) menor percentual de honorários, incidente sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato

7. JULGAMENTO FINAL DAS PROPOSTAS

7.1 O julgamento final das Propostas Técnica e de Preços desta Concorrência será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/1993 para o tipo melhor técnica.

7.2 Serão consideradas vencedoras do julgamento final das Propostas as licitantes mais bem-classificadas no julgamento da Proposta Técnica – observado o disposto nos **subitens 4.5 e 4.6** deste briefing – e que tiverem apresentado a Proposta de menor preço ou que concordarem em praticar o menor preço entre as Propostas de Preços apresentadas pelas licitantes classificadas.

8 - DA HABILITAÇÃO

8.1 Para se habilitar ao processo a pessoa jurídica deverá apresentar os documentos relacionados nos incisos e parágrafo dos arts. 27, 28, 29, e 31 da Lei nº 8.666/93.

Nº FLS 28 ASCOM
Nº 327

8.2 Cópia autenticada do certificado de qualificação técnica de funcionamento de que trata a Lei nº 12.232/2010, art. 4º e seu § 1º, obtido perante o Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP).

9- COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO – CPL E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

9.1 Esta Concorrência será processada e julgada pela Comissão Permanente de Licitação – CPL, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

9.2 As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, composta por 03 (três) membros que sejam formados em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas.

9.2.1 1/3 (um terço) dos membros da Subcomissão não poderá(ão) manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Imperatriz.

9.3 A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, 09 (nove) integrantes, sendo 06 (seis) servidores da Prefeitura Municipal de Imperatriz e 03 (três) profissionais da área que não possua vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com a Prefeitura Municipal de Imperatriz.

9.3.1 A relação dos nomes referidos no **subitem 9.3** será publicada pela Comissão Permanente de Licitação – CPL **no Jornal O Progresso, Jornal O Estado do Maranhão e Diário Oficial do Estado do Maranhão**, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

9.3.2 O sorteio será processado pela Comissão Permanente de Licitação – CPL de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Prefeitura Municipal de IMPERATRIZ, nos termos dos **subitens 9.2.1 e 9.3.**

9.3.3 A relação prevista no **subitem 9.3** conterá, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com a Prefeitura Municipal de Imperatriz.

9.3.4 Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o **subitem 9.3**, mediante a apresentação à Comissão Permanente de Licitação – CPL, de justificativa para a exclusão.

9.3.5 Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

9.3.6 A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste **item 9**.

9.3.6.1 Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no **subitem 9.3.**

9.3.6.2 Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

9.3.7 A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no **subitem 9.3.1** e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

10. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

10.1 Serão realizadas 4 (quatro) sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste briefing e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão Permanente de Licitação – CPL e pelos representantes das licitantes presentes.

10.1.1 A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante credenciamento.

10.1.2 Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

10.1.3A Comissão Permanente de Licitação – CPL e a Subcomissão Técnica, conforme o caso poderão, no interesse da Prefeitura Municipal de Imperatriz, relevar omissões puramente formais nas Propostas e nos Documentos de Habilitação apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Concorrência.

10.1.4. **Os integrantes da Subcomissão Técnica <u>NÃO</u> poderão participar das sessões de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnica e de Preços.**

10.1.5. Antes do aviso oficial do resultado desta licitação, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação dos contratos ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

10.1.6 Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão Permanente de Licitação – CPL ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas resultará na sua desclassificação.

10.1.7 A Comissão Permanente de Licitação – CPL poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

11. DAS CONDIÇÕES CONTRATUAIS

11.1 A licitante vencedora terá o prazo de 8 (oito) dias úteis, contado a partir da convocação, para assinar o respectivo instrumento de contrato, e 20 (vinte) dias após a assinatura do contrato para apresentar a garantia de 1% (um por cento) do valor global do Objeto para execução dos serviços contratados.

11.1.1 No prazo de até 20 (vinte) dias da assinatura do contrato e retirada da Nota de Empenho, a licitante vencedora deverá apresentar garantia, em favor da Prefeitura Municipal de Imperatriz, correspondente a 1 % (um por cento) do valor estimado do contratado, a fim de assegurar a sua execução, em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993, à escolha das licitantes vencedoras:

a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;

b) seguro-garantia;

c) fiança bancária.

11.1.2 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/86, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

11.1.3 Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;

b) a apólice deverá indicar a Prefeitura Municipal de Imperatriz como beneficiário;

c) a apólice deverá conter cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

11.1.4 Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

Nº FLS 31 ASCOM
Nº 330

a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;

b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à Prefeitura Municipal de Imperatriz, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;

d) cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

11.1.5. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

11.1.6. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da Secretaria de Estado da Comunicação Social.

11.1.7. Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato, implicando sua imediata rescisão.

11.1.8. Caso a empresa vencedora se recuse a assinar o Contrato no prazo a estipulados no **subitem 11.1**, para assinar o contrato, a Prefeitura Municipal de Imperatriz poderá, a seu critério, convocar os proponentes remanescentes, na ordem de classificação, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta do primeiro classificado, ou revogar esta Concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 81 da Lei nº 8.666/1993.

11.2. O prazo de convocação poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, quando solicitado pela licitante durante o seu transcurso e desde que ocorra motivo justificado aceito pela Administração.

11.3. Se a empresa vencedora se recusar a constituir a garantia contratual ou a assinar o Contrato, a Prefeitura Municipal de Imperatriz lhe aplicará multa administrativa no

percentual de 5% (cinco por cento), sobre o valor total do Contrato, além de poder aplicar-lhe outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/93.

11.4 A Prefeitura Municipal de Imperatriz poderá rescindir, a qualquer tempo, o contrato que vier a ser assinado, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, sem que assista à CONTRATADA qualquer espécie de direito, nos casos previstos na Lei nº 8.666/93 e no Contrato a ser firmado entre as partes.

11.5 A rescisão do Contrato acarretará, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte da Prefeitura Municipal de Imperatriz, a retenção dos créditos decorrentes do Contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, efetivamente comprovados em procedimento administrativo, observada a ampla defesa da CONTRATADA, assegurada constitucionalmente, além das sanções previstas em lei, até a completa indenização dos danos.

11.6. À CONTRATADA poderá serem aplicadas as sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/93 e no Contrato firmado entre as partes.

11.7. Será da responsabilidade da contratada o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

11.7.1. Obriga-se também a contratada por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente briefing e do contrato que vier a ser assinado.

11.8 A contratada, independentemente de solicitação, deverá prestar esclarecimentos à Prefeitura Municipal de Imperatriz, sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que a envolvam.

11.9 A contratada só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Concorrência, que envolva o nome da Prefeitura Municipal de Imperatriz, se houver expressa autorização desta.

11.10 É vedado à contratada caucionar ou utilizar o contrato resultante da presente Concorrência para qualquer operação financeira.

11.11 A contratada se obriga a manter, durante toda a execução do contrato, as condições de qualificação e habilitação exigidas nesta Concorrência, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

11.12 Prefeitura Municipal de Imperatriz, realizará semestralmente, avaliação da qualidade do atendimento, do nivel técnico dos trabalhos entregues e dos resultados concretos dos esforços de comunicação sugeridos pela contratada, da diversificação dos serviços prestados e benefícios decorrentes da política de preços praticada.

Nº FLS 33 ASCOM
Nº 332

11.13 A contratada centralizará o comando da publicidade da Prefeitura Municipal no município de Imperatriz, onde, para esse fim, manterá escritório, sucursal ou filial.

11.14 Integrarão o contrato a ser firmado, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste temo e em seus anexos, os elementos apresentados pela licitante vencedora que tenham servido de base para o julgamento desta licitação e, quando for o caso, a Proposta de Preços com ela negociada.

11.15 A CONTRATADA poderá propor e realizar, mediante apresentação de justificativa e após a análise e autorização da Prefeitura Municipal de Imperatriz, ações de melhoria ou inovação nos serviços técnicos especializados contratados por meio desta licitação.

12. FISCALIZAÇÃO

12.1 A Prefeitura Municipal de Imperatriz, nomeia o servidor MARIA LETÍCIA DE OLIVEIRA SILVA, matricula 523101, como **FISCAL** titular e nomeará um substituto por Portaria, se for o caso, para executar a fiscalização do contrato resultante desta Concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, com a anuência da Prefeitura Municipal de Imperatriz.

13. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1. Pela inexecução total ou parcial do objeto do contrato a Prefeitura Municipal de Imperatriz poderá, garantida a prévia defesa, aplicar a CONTRATADA as seguintes penalidades:

a. Advertência;

b. Multa de 0,3% (zero vírgula três por cento) por dia de atraso e por ocorrência de fato em desacordo com o proposto e o estabelecido no contrato, até o máximo de 10% sobre o valor total do Contrato, recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias corridos, a partir da data da comunicação oficial;

c. Multa de até 10% (dez por cento) sobre o valor total do Contrato, no caso de inexecução total ou parcial do objeto contratado, recolhida no prazo de 15 (quinze) dias corridos, contados da comunicação oficial, sem embargo de indenização dos prejuízos porventura causados a Prefeitura Municipal de Imperatriz;

d. Suspensão temporária do direito de licitar e impedimento de contratar com a Administração Pública Municipal pelo prazo de até 2 (dois) anos, conforme a autoridade fixar em função da natureza e da gravidade da falta cometida;

e. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a contratada ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no subitem anterior;

13.2 As sanções previstas nos itens "a", "d" e "e" do item acima poderão ser aplicadas juntamente com as sanções dos itens "b" e "c", facultada a defesa prévia do interessado no respectivo processo no prazo de 10 (dez) dias úteis.

13.3 A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa à CONTRATADA, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 8.666, de 1993, e subsidiariamente a Lei nº 9.784, de 1999.

13.4 A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

14. DA GARANTIA

14.1. Será exigida, após assinatura do Contrato, A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CONTRATANTE, no valor de R$ ..... (.....), correspondente a 1 % (um por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, no prazo de até 20 (vinte) dias, contado a partir da data de assinatura deste contrato.

14.2. No prazo de até 20 (vinte) dias da assinatura do contrato e retirada da Nota de Empenho, a licitante vencedora deverá apresentar garantia, em favor da Municipalidade, correspondente a 1 % (um por cento) do valor estimado do contratado, a fim de assegurar a sua execução, em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993, à escolha das licitantes vencedoras:

a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;

b) seguro-garantia;

c) fiança bancária.

14.3 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/86, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

14.4 Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;

b) a apólice deverá indicar a Prefeitura Municipal de Imperatriz como beneficiário;

c) a apólice deverá conter cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

14.5 Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;

b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à Prefeitura Municipal de Imperatriz, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;

d) cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

14.6 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

14.7 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da Secretaria de Estado da Comunicação Social.

14.8 Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato, implicando sua imediata rescisão.

14.9 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 05 (cinco) dias, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

14.10 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

14.11 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 8.666/1993.

14.11.1 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 20 (vinte) dias, contado da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

14.12 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 60 (sessenta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, pelo FISCAL do cotrato, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.

14.12.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

15. REMUNERAÇÃO E PAGAMENTO

15.1. A forma e as condições de pagamento são as constantes da Minuta do Contrato.

15.2. A remuneração à contratada, pelos serviços prestados, será feita nos termos presente na Minuta do Contrato, consoante os preços estabelecidos em sua Proposta de Preços ou, se for o caso, de acordo com os preços negociados.

16. VALOR ESTIMADO

O valor para a prestação dos serviços de publicidade está estimado em **R$ 3.910.000,00 (três milhões novecentos e dez mil reais),** podendo ser dilatado ao máximo de R$ 19.550.000,00 (dezenove milhões e quinhentos e cinquenta mil reais), caso a Administração prorrogue o contrato até o limite de 60 (sessenta) meses.

16.1. Se a Prefeitura Municipal de Imperatriz, optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

16.2. A Prefeitura Municipal de Imperatriz, se reserva o direito de, a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

17. RECURSOS ORCAMENTÁRIOS

UNIDADE ORÇAMENTARIA 11 Governadoria do Município
AÇÃO: 11.001.24.131.0011.2.033 – Ação de Governo em Divulgação e Assessoria de Comunicação.
Natureza da Dispensa: 3.3.90.39 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica
Recursos: 00- Tesouro Municipal.

18 - DA VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

O futuro contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir de sua assinatura, podendo ser prorrogado por igual período e sucessivos até o limite de 60 (sessenta meses), nos termos da Art.57, inc. II da Lei 8.666/93.

19 DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

19.1 Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

19.1.1 Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

19.1.2 Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em Imperatriz, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório. Se necessário, a CONTRATADA poderá eventualmente utilizar-se de seus estabelecimentos em outros Estados para executar parte dos serviços objeto do futuro contrato, desde que garantidas às condições previamente acordadas.

19.1.2.1. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em Imperatriz/MA, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.

19.1.3. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto do futuro contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

19.1.4. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto do futuro contrato, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.

19.1.5. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

19.1.5.1 Pertencem a CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

19.1.5.1.1 O disposto no subitem 19.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

19.1.5.2 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

19.1.5.3 A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

19.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

19.1.7 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Cadastro de Fornecedores do Município de Imperatriz, aptos a fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto;

III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitário e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

VII – a CONTRATADA após recebimento da CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de 72 (setenta e duas horas), a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto.

19.1.7.1 Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 0,5% (cinco décimos por cento) do valor global do futuro contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

19.1.7.1.1. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis nas Secretarias Municipais e na CPL.

19.1.7.2 Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE.

19.1.7.3 Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 1% (um por cento) do valor global do futuro contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

19.1.7.4 Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

19.1.7.5 As disposições dos subitens 19.1.7 a19.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

19.1.8 Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

19.1.8.1 É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II - dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

19.1.9 Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

19.1.9.1 A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

19.1.10 Apresentar à CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

19.1.11 Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 19.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela

Nº FLS
ASCOM
Nº 339

impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

19.1.11.1 O estudo de que trata o subitem 19.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

19.1.11.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 19.1.11.1 vigerá para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura do contrato.

19.1.11.1.2 Ao final do período de 6 (seis) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 6 (seis) meses seguintes e assim sucessivamente.

19.1.11.1.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 19.1.11, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

19.1.12 Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:

a) TV e Cinema: cópias em *X d can, pen drive, e/ou* DVD e/ou arquivos digitais;

b) Internet: cópias em CD;

c) Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;

d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

19.1.12.1Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de cópia em *X d can ou pen drive* com a peça de TV.

19.1.13 Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 19.1.12.

19.1.14 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

19.1.14.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 19.1.12.

19.1.15 Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos

serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

19.1.16 Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

19.1.16.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato.

19.1.16.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 1 (um) dia útil, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

19.1.17 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

19.1.18 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do futuro contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

19.1.19 Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

19.1.20 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

19.1.21 Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4° e seu § 1° da Lei n° 12.232/2010.

19.1.22 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

19.1.23 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

Nº FLS 41 ASCOM
Nº 341

19.1.24 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto do contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

19.1.25 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

19.1.26 Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

19.1.27 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

19.1.28 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

19.1.29 Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto do contrato.

19.1.30 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

19.1.31 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

19.1.31.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

19.1.32 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato.

Nº FLS 43

Nº 342

20 - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

20.1 - Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

a) Cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

b) Comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;

c) Fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

d) Verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA;

e) Proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

f) Notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato;

g) Notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

20.2 A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na concorrência que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

21. CONCLUSÃO

A atual administração de Imperatriz assumiu o governo em janeiro de 2017 com uma postura diferenciada frente aos desafios econômicos e sociais do município. A cidade passa a enfrentar seus problemas de maneira eficiente para educar, informar e orientar os cidadãos usuários de seus serviços, independentemente ser desta cidade ou não.

Somente com muito trabalho, transparência e inovação o município pode alcançar um desenvolvimento que traga prosperidade para todos os habitantes. E só assim Imperatriz poderá manter todo o trabalho que desempenha no sul do Maranhão.

Imperatriz – MA 05 de novembro de 2018

Sergio Antônio Mesquita Macedo

Assessor de Comunicação Social

Sérgio A. M. Macedo
Assessor Chefe de Comunicação

44
Nº FLS
ASCOM

Nº 343

ANEXO I

CAMPANHA

A Comunicação da Prefeitura de Imperatriz deverá educar, informar e orientar com eficiência os cidadãos permitindo uma administração transparente e que supra as necessidades essenciais de seus usuários.

A Prefeitura deve transparência no enfrentamento dos problemas do município e a comunicação é via única para este fim.

É preciso envolver a todos para que cada um colabore dentro de suas possibilidades, através da educação que é objetivo da publicidade institucional.

Informados, todos serão educados a exigir os resultados do serviço público pago pelos impostos e orientados onde e como usufruir do que a gestão pode garantir.

Assim, sem comunicação e o alcance eficiente de seu objetivo primordial, dificilmente a população galgará dar um passo adiante na qualificação do serviço público ofertado.

Diferente da publicidade comercial, a pública institucional garante algo muito maior, a exigência social para serviços públicos cada vez mais eficientes e econômicos.

O que se pede das agências de publicidade que participam da presente concorrência para prestação de serviços de comunicação à Prefeitura de Imperatriz é uma Proposta Técnica que será detalhada a seguir, mas nesse sentido acima descrito.

Imperatriz – MA 05 de novembro de 2018

Sergio Antônio Mesquita Macedo

Assessor de Comunicação Social

Sérgio A. M. Macedo
Assessor Chefe de Comunicação

344
P

Nº 345

Tabela Referencial de Serviços Internos do Maranhão

De 01/04/18 a 31/03/19

Sinapro MARANHÃO (em reconhecimento)

N°
345-V
CPLP

N°
335-V
CPLP

1. A presente "Tabela Referencial de Custos de Serviços Internos" foi elaborada pela Federação Nacional das Agências de Propaganda –FENAPRO, no uso de sua competência legal, em razão do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Maranhão –SINAPRO-MA estar em processo de fundação junto ao Ministério do Trabalho e Emprego.

2. A produção desta tabela ocorre após um trabalho de pesquisa, consultando as Agências filiadas e analisando a estrutura das Tabelas Referenciais de de outros sindicados, como os de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Distrito Federal, Ceará, Santa Catarina, Belém, além das Tabelas Referenciais das diversas associações relacionadas à área da comunicação, como a ABEMD – Associação Brasileira de Marketing Direto, ADG – Associação dos Designers Gráficos, AETI – Associação das Empresas de Tecnologia Internet e AMPRO – Associação de Marketing Promocional.

3. Os valores contemplados nesta Lista, são referenciais e a FENAPRO recomenda que sejam observados pelas Agências de Propaganda do Estado do Maranhão, tanto na prestação de serviços publicitários a Clientes de iniciativa privada, como na prestação de serviços à Administração Pública, com relação à última citada, no que não forem contrários ao que dispõe o art. 2o, §2o, da Lei n.o 12.232, de 29 de abril de 2010.

4. Dúvidas porventura surgidas na execução da Tabela Referencial de Custos Internos, do Estado do Maranhão, deverão ser encaminhadas à FENAPRO, através do site www.fenapro.org.br, Canal "FENAPRO Responde", ou do e-mail contato@fenapro.org.br A FENAPRO representa, em nível nacional, a categoria econômica das Agências de Propaganda, regulamentada pela Lei n.o 4.680/1965, e pelo Regulamento da citada Lei, aprovado pelo Decreto n.o 57.690/1966, alterado pelo Decreto n.o 4.563/2002. A FENAPRO atua na defesa dos interesses da citada categoria, independentemente de filiação/associação das Agências de Propaganda, nos estados desprovidos de Sindicatos.

Glaucio Binder
Presidente

Fls 48
Proc
Rubrica
Nº Fls 47
ASCOM
apro
Nº 347
Nº 347

CRITÉRIOS GERAIS

Os critérios gerais que nortearam a elaboração desta Tabela Referencial seguem rigorosamente as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, editadas pelo CENP - Conselho Executivo de Normas-Padrão, bem como a Legislação da Indústria da Propaganda, particularmente a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, e os Decretos nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, e nº 2.262, de 26 de junho de 1997.

O Decreto nº 4.563/02, de 31 de dezembro de 2002, que incorpora ao sistema legal as Normas-Padrão da Atividade Publicitária, alterou o art. 7º do Decreto nº 57.690/66 (que regulamenta a aplicação da Lei nº 4.680/65) e revogou o anterior, Decreto nº 2.262/97, que desregulamenta a forma de remuneração da Agência.

A seguir, reproduzimos textos das Normas-Padrão da Atividade Publicitária editados pelo CENP que estabelecem como devem ser as relações entre os Anunciantes e as Agências de Publicidade e que foram à base para a elaboração desta Tabela Referencial.

Toda Agência, habilitada e certificada pelo CENP, deve estar capacitada a prestar a seu Cliente os seguintes serviços, além de outros que constituam seu desdobramento natural ou que lhes sejam complementares, agindo por conta e ordem do Cliente/Anunciante:

- Estudo do conceito, ideia, marca, produto ou serviço a difundir, incluindo a identificação e análise de suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas aos seus públicos e, quando for o caso, ao seu mercado e à sua concorrência;

- Identificação e análise dos públicos e/ou do mercado onde o conceito, ideia, marca, produto ou serviço encontrem melhor possibilidade de assimilação;

- Identificação e análise das ideias, marcas, produtos ou serviços concorrentes;

- Exame do sistema de distribuição e comercialização, incluindo a identificação e análise das suas vantagens e desvantagens absolutas e relativas ao mercado e à concorrência;

- Elaboração do plano publicitário, incluindo a concepção das mensagens e peças (Criação) e o estudo dos meios e Veículos que, segundo técnicas adequadas, assegurem a melhor cobertura dos públicos e/ou dos mercados objetivados (planejamento de Mídia);

- Execução do plano publicitário, incluindo orçamento e realização das peças publicitárias (Produção) e a compra, distribuição e controle da publicidade nos Veículos contratados (execução de Mídia), e no pagamento das faturas.

Fls 49
Proc
Rubrica
ASCOM
Nº 348 CPL

A Agência deve dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com seu Cliente, de modo a assegurar que o plano publicitário alcance os objetivos pretendidos e que o Anunciante obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia.

A contratação da Agência pelo Anunciante deve respaldar-se, preferencialmente, em documento escrito, no qual deverá constar o prazo da prestação de serviços e os ajustes que as partes fizerem, complementando e/ou detalhando dispositivos destas Normas- Padrão. O prazo poderá ser indeterminado, mas o seu término deverá ser precedido de aviso dado pela parte interessada à outra com, pelo menos, 60 (sessenta) dias de antecedência. Na vigência da relação contratual, a Agência abster-se-á de colaborar com empresas, instituições, conceitos, ideias, marcas, produtos ou serviços que concorram diretamente com o Cliente, e este, reciprocamente, abster-se-á de utilizar os serviços de outras Agências para a difusão dos mesmos conceitos, ideias, marcas, produtos ou serviços, salvo convenção em contrário.

Salvo prévia e expressa estipulação em contrário, a Agência deverá absorver o custo dos serviços internos e/ou externos de pesquisas regulares de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia disponível no mercado, necessários à prestação de serviços de controle de verba do Anunciante. Nas transações entre Anunciantes e Agências, tendo por objeto a parcela negociável do "desconto padrão de Agência", adotar-se-ão, como referência de melhor prática, os parâmetros instituídos pelo item 4.4 das Normas-Padrão da Atividade Publicitária, que estabelece um sistema progressivo de serviços/benefícios, conforme descrito abaixo:

INVESTIMENTO BRUTO ANUAL EM MÍDIA	PARCELA DO INVESTIMENTO "DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA" A REVERTER AO ANUNCIANTE
Até R$ 2.500.000,00.	Nihil.
De R$ 2.500.000,01 a R$ 7.500.000,00.	Até 2% (dois por cento) do investimento bruto.
De R$ 7.500.000,01 a R$ 25.000.000,00.	Até 3% (três por cento) do investimento bruto.
De R$ 25.000.000,01 em diante.	Até 5% (cinco por cento) do investimento bruto.

Todos os demais serviços e suprimentos terão o seu custo coberto pelo cliente, deverão ser adequadamente orçados e requererá prévia e expressa autorização do Cliente para a sua execução. O custo dos serviços internos, assim entendidos aqueles que são executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, será calculado com base em parâmetros referenciais estabelecidos pelo Sindicato da base territorial onde a Agência estiver localizada e não será acrescido de honorários nem de quaisquer encargos.

Fls. 50
Proc.
Rubrica
49
Nº FLS
ASCOM
apro
Nº 349
Nº 349 CPL

• Os serviços e os suprimentos externos terão os seus custos orçados junto a Fornecedores especializados, selecionados pela Agência ou indicados pelo Anunciante. O Cliente deverá pagar à Agência "honorários" de 15% (quinze por cento) sobre o valor dos serviços e suprimentos contratados com quaisquer Fornecedores.

• Quando a responsabilidade da Agência limitar-se exclusivamente à contratação ou pagamento do serviço ou suprimento, sobre o valor respectivo, o Anunciante pagará à Agência "honorários" de, no mínimo, 5% (cinco por cento) e, no máximo, 10% (dez por cento).

Como estímulo e incentivo à criatividade presume-se que as ideias, peças, planos e campanhas de publicidade desenvolvidas pertençam à Agência que os criou, observada a legislação sobre o direito autoral.

Ao modificar ou cancelar serviços internos já aprovados, executados ou em execução, o Cliente deverá pagar à Agência o custo desses serviços. A modificação ou o cancelamento de serviços ou suprimentos externos observará as condições para tanto estabelecidas pelo Fornecedor ou Veículo, e obrigará o Cliente tanto ao pagamento dos custos já efetivados, como ao ressarcimento das obrigações irretratáveis.

Constitui prática desleal a apresentação, pela Agência, de trabalhos de qualquer natureza em caráter especulativo a Cliente de outra Agência, a não ser quando expressamente solicitada pelo Anunciante em concorrência para escolha de Agência. Como alternativa à remuneração através do "Desconto Padrão de Agência", é facultada a contratação de serviços de Agência de Publicidade mediante "FEEs" ou "honorários de valor fixo", a serem ajustados por escrito entre Anunciante e Agência, respeitando o disposto no item 2.9 das Normas-Padrão.

• O "FEE" poderá ser cumulativo ou alternativo à remuneração de Agência decorrente da veiculação ("Desconto Padrão de Agência"), de produção externa, de produção interna e de outros trabalhos eventuais e excepcionais, tais como serviços de relações públicas, assessoria de imprensa etc.

• Em qualquer situação ou modalidade de aplicação do "FEE", a Agência deverá ser remunerada em valor igual ou aproximado ao que ela receberia caso fosse remunerada na forma do item 2.5.1 das Normas-Padrão, sempre de comum acordo entre as partes, contanto que os serviços contratados por esse sistema sejam os abrangidos no item 3.1 e preservados os princípios definidos nos itens 2.7, 2.8, 2.9 e 3.4 das Normas-Padrão.

Fls 51
Proc
Rubrica
Nº FLS 50
ASCOM
Nº 350 CPL

• Para adequação dos valores de remuneração de Agência através de "FEE", como forma de evitar a transferência ou concessão de benefícios ao Cliente/Anunciante pela Agência, contrariando as Normas-Padrão, bem como as normas legais aplicáveis à espécie, recomenda-se a revisão, a cada 6 (seis) meses, dos valores efetivamente aplicados pelo Cliente/Anunciante em publicidade, em comparação aos valores orçados inicialmente ("budgets" de publicidade) e que tenham servido como parâmetro para a fixação dos valores do "FEE".

Nas contratações com o setor público, os Anunciantes de cada Poder e Esfera Administrativa serão considerados como departamentos de um só Anunciante, para efeito de aplicação dos dispositivos econômicos destas Normas-Padrão, ainda que os contratos sejam celebrados separadamente com cada órgão, autarquia, empresa, fundação, sociedade de economia mista ou outro tipo de entidade governamental. Consideram-se Esferas Administrativas distintas o Município, o Estado e a União.

Composição dos custos de serviços prestados pelas Agências do Sindicato do Estado do Maranhão

A determinação de valor a ser pago pelo Anunciante pelos serviços prestados pela Agência corresponderá à somatória dos seguintes itens:

Custos dos serviços internos + "Desconto Padrão de Agência" + honorários sobre o valor dos serviços de terceiros.

Custos dos serviços internos

Os custos dos serviços internos, aqueles executados pelo pessoal e/ou com os recursos da própria Agência, são calculados com base nos parâmetros referenciais estabelecidos nesta tabela.

Planejamento: fase inicial do trabalho onde a Agência faz levantamento da necessidade do cliente. É o momento em que a agência realiza o estudo de caso, estudo da empresa e seu produto/serviço, analisa o mercado de atuação e faz mapeamento do público-alvo da campanha. O planejamento permite conhecer em mais profundidade o cenário do cliente e para proposição de estratégias que melhor atendam o seu objetivo.

Criação de Campanha (tema/conceito): quando é solicitada a criação de campanha, é necessária uma etapa que antecede a criação das peças: o desenvolvimento de tema/conceito da campanha. Esta etapa deve ser cobrada de acordo com a dimensão do projeto que será desenvolvido. A determinação final de custos referentes a uma campanha será a conjunção dos custos de criação do tema/conceito somados aos custos individuais de cada peça que compõe a campanha aprovada pelo Cliente.

Quando os serviços forem de peças isoladas a tabela subdivide os valores referentes aos seus serviços em três colunas, que representam as fases de trabalho necessárias para a confecção da peça publicitária. Segue abaixo um descritivo de cada uma destas fases:

Criação: custo diferenciado para cada tipo de peça, referente ao serviço da síntese da estratégia de comunicação publicitária, proposta pela Agência para a solução do problema específico de comunicação descrito em Briefing. É expressa sob forma de uma redução de mensagem, acompanhada de exemplo de peça que a corporifique objetivamente, sendo apresentada sob forma de roteiro e textos quando para mídia eletrônica, e em forma de layout para a peça gráfica.

Finalização: custo diferenciado para cada tipo de peça, referente à montagem final da peça publicitária, seguindo as orientações do layout. Nesta fase do trabalho, serão agrupados em um único documento, seguindo as normas gráficas, todos os elementos que compõem a peça publicitária, tais como: fotografia, ilustrações, textos, títulos, logomarcas e qualquer outro elemento gráfico para que, depois de devidamente revisado e aprovado pelo Cliente, possa ser enviado para o Fornecedor ou Veículo.

Editoração eletrônica para Finalização: custos referentes a uma série de outros serviços necessários à produção das peças publicitárias e ao seu fluxo na área gráfica, tendo como objetivos garantir: a melhor qualidade de impressão, a segurança e integralidade das informações e a portabilidade dos arquivos referentes às peças publicitárias. Podemos determinar que os serviços mínimos necessários e indispensáveis para a conclusão de uma peça publicitária estão divididos nas seguintes etapas: tratamento de imagens onde serão executados os serviços de retoque, recorte, fusão e correções de cores das imagens; fechamento de arquivos: depois que a peça é finalizada, e o tratamento de imagem já foram concluídos, torna-se necessário, para portabilidade, que a peça finalizada seja transformada em um arquivo PDF-X 1A, que é o formato homologado internacionalmente, ideal para a reprodução gráfica. Ainda serão necessárias outras etapas, como: impressão em papel (print) da peça gráfica: para que seja feita a revisão de textos e de seus elementos gráficos; Envio de e-mail: os jornais e editoras recebem os arquivos referentes aos anúncios por e-mail, o que obriga as Agências a enviá-los por e-mail e checar o recebimento dos mesmos; gravação de CD ou DVD: na impossibilidade do arquivo ser enviado por e-mail, o mesmo será enviado através de CD ou DVD; e Backup do arquivo também deverá ser gravado CD ou DVD com a finalidade de segurança.

Com base nestes três centros de custos, poderemos determinar os custos internos por peças publicitárias. Como exemplo, vamos compor os custos de anúncio de jornal de ½ página. É razoável pensar que um anúncio de jornal de meia página tenha, minimamente, as seguintes características gráficas: uma foto, texto, título e logomarcas, sendo assim, sua composição de custo serão:

Descrição	Valor
Criação de tema/conceito (peça avulsa – 100% do valor total da peça)	R$ 1.770,00
Adaptação/Finalização/Computação Gráfica	R$ 1.770,00
Editoração eletrônica	
Retoque de imagem	R$ 190,00
Print formato A3 para revisão	R$ 18,00
Fechamento de arquivo PDF	R$ 190,00
Total	R$ 3.938,00

Como a formatação discriminada dos custos internos das peças publicitárias torna os orçamentos longos e repetitivos, uma vez que os itens mínimos necessários à elaboração de cada peça são basicamente os mesmos, estamos utilizando, nesta nova edição da Tabela Referencial de Custos Internos, uma coluna onde são apresentados, como sugestão, os custos padrões mínimos por peça na fase de Editoração Eletrônica.

Mantivemos também, nesta tabela, a relação detalhada dos custos internos de editoração eletrônica, assim, poder-se-á fazer o orçamento com a descrição detalhada quando for necessário.

Os prazos mínimos, em dias úteis necessários para execução de peças, são os seguintes, a partir da aprovação do briefing pelo cliente:

Criação de Campanhas: 7 dias
Peças avulsas: 3 dias
Peças de oportunidade: 2 dia

Elaboração de planos de mídia:
Campanhas: 7 dias
Peças avulsas: 2 dias
Peças de oportunidade: 1 dia

Produção de campanhas: 10 a 20 dias

Taxa de emergência: sempre que os mesmos não forem obedecidos, o Cliente pagará uma taxa de emergência à Agência de 20% sobre o valor dos custos dos serviços internos para o ressarcimento dos custos adicionais, como: horas extras, refeições e transporte dos profissionais da Agência.

As peças não especificadas nesta tabela serão orçadas por avaliação e referência de peças similares.

53
Nº FLS
ASCOM

Fls 54
Proc
Rubrica

ORIENTAÇÕES GERAIS

Quando as peças publicitárias criadas e/ou finalizadas não gerarem remunerações à Agência, seja a do "desconto agência" e/ou honorários de 15% sobre serviço de terceiros, ficando assim a remuneração da Agência restrita, unicamente, aos seus custos internos, deverá esta cobrar um acréscimo de 100% sobre os valores constantes na tabela sem prejuízo dos demais ressarcimentos e/ou remuneração prevista contratualmente, estabelecida pelo CENP ou possível de ser reivindicada judicialmente.

Nº 353 CPLP

Reembolso de Despesas - Todos os gastos efetuados a serviço do Cliente serão previamente autorizados e efetivamente comprovados, sendo debitados pelo preço de custo sem incidência de honorários ou comissões. Exemplos: viagens, diárias, transporte, alimentação, comunicação em geral, fotocópias etc. Os reembolsos de despesas são parte integrante da receita tributável da Agência. Assim sendo, tais reembolsos sofrem taxações de impostos. Estes tributos devem ser cobrados do Cliente.

Permutas - Considerando os expressos termos do art. 9º, inciso VIII, c.c. a Lei 9.610/98 (Lei de Direito Autoral), bem como a forma disposta pelo item 13 do Código de Ética dos Profissionais da Propaganda, incorporado ao sistema legal, por força do art. 17 da Lei 4.680/65, nenhum trabalho publicitário pode ser veiculado sem que a Agência de Propaganda criadora autorize sua divulgação e sem que seja ela, por isso, remunerada. Considerando que nas negociações para veiculação de propaganda através de permutas, o pagamento da veiculação se dá através de outras moedas, que não em pecúnia, recomenda-se e se estabelece que:

a) Nas negociações para veiculação de publicidade, onde sejam adotadas as permutas, a Agência de Propaganda que atende o Cliente-Anunciante deve, necessariamente, delas participar, a fim de estabelecer em conjunto com o Veículo de Divulgação e seu Cliente a sua forma de remuneração, correspondente ao "Desconto Padrão de Agência";

b) A remuneração da Agência de Propaganda, correspondente ao "Desconto Padrão de Agência", será devida pelo Veículo em qualquer caso (participando ou não a Agência da negociação), sendo que o percentual de 20% (vinte por cento), correspondente aos citados honorários da Agência, incidirá sobre o valor da permuta;

c) Faculta-se às partes, notadamente aos Veículos de Divulgação e às Agências de Propaganda em conjunto, que excepcionalmente estas possam receber, a título de "Desconto Padrão de Agência", espaço/tempo publicitário no citado Veículo, para ser utilizado por um dos clientes da Agência, indicado previamente pela Agência ao Veículo. Esta disposição é estabelecida como exceção à regra do item 4.7 das Normas-Padrão.

d) Projetos especiais, eventos, apoios e Patrocínios - Nas negociações entre o Cliente da carteira da Agência e o promotor de projeto especial, promoção, feira, convenção, palestra, seminário, curso, e demais eventos, com a finalidade que este Cliente venha apoiar ou patrocinar as ações do promotor, fazendo a transferência de recurso através de pecúnia ou de permutas e que, em contrapartida, proporcione ao Cliente exposição em mídia de sua(s) marca(s) e/ou produto(s) e/ou serviço(s) nas peças de divulgação do evento, caberá, nestes casos, à Agência de propaganda responsável pela conta publicitária uma remuneração sobre o valor do contrato que deve corresponder ao percentual de 20% (vinte por cento), equivalente ao "Desconto Padrão de Agência", sendo este devido pelo promotor do evento, em qualquer caso (participando ou não a Agência da negociação). Nos casos em que, como contrapartida, forem oferecidos créditos em espaços publicitários a serem utilizados livremente pelo Cliente na divulgação de seu interesse, faculta-se à Agência estimar os preços dos espaços publicitários oferecidos ao cliente. Caso esses espaços estejam abaixo dos valores de mercado ou ofertados pelo promotor como bonificação da negociação, poderá a Agência estabelecer sua remuneração de 20% (honorários), levando em consideração não o valor pactuado, mas sim os valores de mercado referentes aos espaços ofertados ou preços pagos pelo seu Cliente na compra de espaços publicitários semelhantes.

Recomenda-se e se estabelece que:

a) Nas negociações, a Agência de Propaganda que atende o Cliente-Anunciante deve necessariamente delas participar, a fim de estabelecer, em conjunto com o promotor do evento e seu Cliente, a sua forma de remuneração, correspondente ao "Desconto Padrão de Agência";

b) A remuneração da Agência de Propaganda, correspondente ao "Desconto Padrão de Agência", será devida pelo Promotor em qualquer caso (participando ou não a Agência da negociação), sendo que o percentual de 20% (vinte por cento), correspondente aos citados honorários da Agência, incidirá sobre o valor do contrato;

c) Faculta-se às partes, notadamente aos Promotores e às Agências de Propaganda em conjunto, que, excepcionalmente, estas possam receber, a título de "Sesconto Padrão de Agência", espaço/tempo publicitário quando o Promotor for um Veículo, podendo esse espaço/tempo ser utilizado por outros Clientes da Agência, a qual competirá indicar previamente ao Veículo. Esta disposição é estabelecida como exceção à regra do item 4.7 das Normas-Padrão.

d) Quando o apoio ou o patrocínio for pago em forma de permuta, as bases de negociação serão as mesmas estabelecidas no item referente à permuta. Serviços não previstos nesta tabela são de livre acerto entre a Agência e o Cliente.

Refação: adicional de 30%.
Esta tabela poderá ser alterada sem prévio aviso.

55 Nº FLS ASCOM

Fls 56 Proc Rubrica

Nº 346

Nº 355

TABELA REFERENCIAL DE PREÇOS
MARANHÃO

LINHA		Exemplos:	
1	**Grande complexidade**	*Lançamento de nova empresa*	**R$ 46.100,00**
2		*(Re)Lançamento de produto*	
3		*Planejamento anual de produto/marca*	
		Campanha anual	
5	**Média complexidade**	*Lançamento imobiliário*	**R$ 21.550,00**
6		*Campanha de incentivo / relacionamento*	
7		*Participação em feira*	
8		*Calendário Promocional*	
9	**Baixa complexidade**	*Ação de guerrilha*	**R$ 11.230,00**
10		*Campanha de Varejo*	
11		*Ação promocional*	
12	**Estratégia de mídia e não mídia**		**R$ 5.210,00**
13	**Elaboração de Briefing de campanha** (quando não for fornecida pelo cliente)		**R$ 4.370,00**
14	**Plano de mídia** (por meio)		**R$ 1.000,00**
15			
16	*Criação da Campanha: adaptação, finalização e computação gráfica das peças que compõem a campanha serão cobradas individualmente.*		
17			
18	**Campanha Grande/Grande Complexidade**		**R$ 17.249,40**
19	*Relacionado a uma campanha de grande complexidade.*		
20	**Campanha Média/Média Complexidade**		**R$ 11.799,30**
21	*Relacionado a uma campanha de média complexidade.*		
22	**Campanha Pequena/Baixa Complexidade**		**R$ 6.349,20**
23	*Relacionado a uma campanha de baixa complexidade.*		
24	**Peça Isolada** (quando criação do tema/conceito se aplica para uma única peça)		**Acréscimo de 100% sobre o valor total da peça**
25			
26	**Identidade visual**		**Total**
27	Empresa		**R$ 9.084,00**
28	Produto		**R$ 5.526,00**
29	imobiliário e evento		**R$ 4.516,00**
30	Selo comemorativo/promocional		**R$ 4.516,00**
31	Readaptação de marca antiga		**R$ 3.920,00**
32	Mascote/personagem		**R$ 8.286,00**
33	Nome Fantasia		**R$ 3.365,00**
34	Nome Produto		**R$ 3.550,00**
35	Manual de identidade visual		**R$ 3.436,00**
36	Uniforme		**R$ 1.294,00**
37	Papelaria: bloco de anotações, cartão de visita, envelope, papel carta, etc (preço por peça)		**R$ 820,00**
38			
39	**Sinalização**		**Total**
40	Fachada		**R$ 4.065,00**
41	Pórtico		**R$ 4.065,00**
42	Sinalização interna (adaptação por placa)		**R$ 240,00**
43	Sinalização interna (projeto de grande porte)		**R$ 6.045,00**
	Sinalização interna (projeto de médio porte)		**R$ 4.688,00**
45	Sinalização interna (projeto de pequeno porte)		**R$ 3.688,00**
46	Totem		**R$ 2.774,00**
47			
48	**Adesivagem de Frota**		**Total**
49	Caminhão	R$ 1.525,72 R$ 1.838,28	**R$ 3.364,00**
50	Caminhete/Vã	R$ 982,29 R$ 1.317,71	**R$ 2.300,00**
51	Carro passeio/utilitário	R$ 982,04 R$ 1.017,96	**R$ 2.000,00**
52	Motocicleta	R$ 265,74 R$ 299,26	**R$ 565,00**
53	Ônibus	R$ 1.637,82 R$ 2.174,18	**R$ 3.812,00**
54			
55	**Projetos Gráficos**		**Total**
56	Apresentação Multimídia		**R$ 4.090,00**
57	Broadside, folder e mala direta		**R$ 5.726,00**
58	Cartilha/Catálogo		**R$ 4.910,00**
59	CD/DVD		**R$ 5.726,00**

Nº FLS 56 ASCOM

Fls 57 Proc. Rubrica

Nº 356 CPLP

DESIGN

60	House Organ / Relatório				R$ 8.180,00
61	Jornal				R$ 11.452,00
62	Livro				R$ 17.180,00
63	Mostruários				R$ 9.816,00
64	News Letter				R$ 2.865,00
65					
66	**Capa**				**Total**
67	Agenda				R$ 2.290,00
68	Capa de catálogo				R$ 2.878,00
69	Capa de Livro				R$ 4.182,00
70	Capa de relatório				R$ 2.878,00
71	Capa de revista				R$ 4.182,00
72	CD - Capa				R$ 2.290,00
73					
74	**Diagramação por página**				**Total**
75	Impresso - até 32 páginas		R$ 184,80	R$ 175,20	R$ 360,00
76	Impresso - alma de 33 páginas		R$ 128,57	R$ 121,43	R$ 250,00
77	Multimídia - montagem por tela				R$ 280,00
78					
79	**Criação Stand**		**Finalização**	**Computação Gráfica**	**Total**
80	Stand sem projeto arquitônico		R$ 1.552,03	R$ 799,97	R$ 2.352,00
81	Stand com projeto arquitônico (até 50m2)		R$ 1.552,03	R$ 799,97	R$ 2.352,00
82	Stand com projeto arquitetônico (por m2)		R$ 31,20	R$ 16,80	R$ 48,00
83					
84	**Criação do mobiliário**		**Finalização**	**Computação Gráfica**	**Total**
85	Balcão para degustação		R$ 919,50	R$ 306,50	R$ 1.226,00
86	Ponto de Venda		R$ 919,50	R$ 306,50	R$ 1.226,00
87					
88	**Criação do mobiliário já existente**		**Finalização**	**Computação Gráfica**	**Total**
89	Balcão para degustação		R$ 919,50	R$ 306,50	R$ 1.226,00
90	Ponto de Venda		R$ 919,50	R$ 306,50	R$ 1.226,00
91					
92	**Embalagens**		**Finalização**	**Computação Gráfica**	**Total**
93	Caixa de embarque		R$ 813,99	R$ 401,01	R$ 1.215,00
94	Cartela/tag		R$ 813,99	R$ 401,01	R$ 1.215,00
95	Cinta para embalagem		R$ 222,00	R$ 108,00	R$ 330,00
96	Embalagem		R$ 3.383,68	R$ 1.658,32	R$ 5.042,00
97	Embalagem (reformulação ou melhora)		R$ 1.772,51	R$ 869,49	R$ 2.642,00
98	Embalagens para linha de produtos		R$ 9.030,80	R$ 4.423,20	R$ 13.454,00
99	Mockup (sem custo terceirizado)		R$ 2.622,10	R$ 1.285,90	R$ 3.908,00
100	Rótulo		R$ 1.841,98	R$ 903,02	R$ 2.745,00
101	Rótulo (reformulação ou melhora)		R$ 1.485,01	R$ 799,99	R$ 2.285,00
102					
103	**PEÇAS VEICULÁVEIS**				
104	**Anúncios**	**Adaptação**	**Finalização**	**Computação Gráfica**	**Total**
105	Jornal / Revista	R$ 1.065,11	R$ 412,88	R$ 292,01	R$ 1.770,00
106	Jornal (classificado)	R$ 706,22	R$ 274,38	R$ 169,40	R$ 1.150,00
107					
108					
109	**Publicidade Legal / Balanço**				
110	Página dupla				R$ 3.736,40
111	1 Página				R$ 1.889,19
112	Rouba página				R$ 1.373,82
113	1/2 página				R$ 943,87
114	1/3 página				R$ 496,55
115	1/4 página				R$ 471,94
116					
117	**Mídia Exterior**	**Adaptação**	**Finalização**	**Computação Gráfica**	**Total**
118	Backbus - Traseirão de Ônibus	R$ 1.505,29	R$ 644,27	R$ 560,44	R$ 2.710,00
119	Busdoor / Taxidoor	R$ 829,82	R$ 449,68	R$ 430,50	R$ 1.710,00
120	Cancela de estacionamento	R$ 829,82	R$ 449,68	R$ 430,50	R$ 1.710,00
121	Empena	R$ 1.506,84	R$ 1.288,84	R$ 1.564,33	R$ 4.360,00
122	Frontlight – backlight - Triedo (por face)	R$ 1.955,68	R$ 834,90	R$ 429,41	R$ 3.220,00
123	Mobiliario urbano: placa de esquina, sinalização de rua, lixeira e jangadas	R$ 333,64	R$ 212,86	R$ 143,50	R$ 690,00
124	Outdoor	R$ 1.955,68	R$ 834,90	R$ 429,41	R$ 3.220,00
125					
126	**Mídia eletrônica - criação, texto e roteiro**				**Total**

Fls 56
Proc
Rubrica

Nº FLS 57
ASCOM

127	Assinatura/vinheta eletrônica				R$ 650,00
128	Áudio/Spot até 60"				R$ 820,00
129	Documentário/Vídeo até 5'				R$ 6.190,00
130	Documentário/Vídeo - por minuto excedente				R$ 740,00
131	Jingle/trilha até 60"				R$ 1.390,00
132	Storyboard (por quadro)				R$ 240,00
133	VT/filme (miolo de oferta)				R$ 440,00
134	VT/filme até 60"				R$ 1.790,00
135					
136	**PEÇAS NÃO VEICULÁVEIS/PROMOCIONAIS**				
137	*Acréscimo de 30% quando a peça possuir formato especial.*				
138					
139	**Mídia Exterior**	**Adaptação**	**Finalização**	**Computação Gráfica**	**Total**
140	Banca de Jornal	R$ 1.502,04	R$ 642,88	R$ 215,09	R$ 2.360,00
141	Blimp	R$ 430,43	R$ 174,57	R$ 165,00	R$ 770,00
142	Faixa - faixeta (avião, rua, supermercado)	R$ 277,43	R$ 176,11	R$ 166,46	R$ 620,00
143	Galhardete	R$ 829,82	R$ 449,68	R$ 430,50	R$ 1.710,00
144	Placa de estrada	R$ 333,64	R$ 212,86	R$ 143,50	R$ 690,00
145	Placa obra	R$ 333,64	R$ 212,86	R$ 143,50	R$ 690,00
146	Pintura de muro (até 25m2)	R$ 829,82	R$ 449,68	R$ 430,50	R$ 1.710,00
147					
148	**Impressos**	**Adaptação**	**Finalização**	**Computação Gráfica**	**Total**
149	Broadside, folder, mala direta (até formato A4)	R$ 1.774,14	R$ 685,76	R$ 430,10	R$ 2.890,00
150	Cartão; aniversário, Natal, Ano-Novo, postal	R$ 750,00	R$ 320,06	R$ 429,94	R$ 1.500,00
151	Cartaz	R$ 750,00	R$ 320,06	R$ 429,94	R$ 1.500,00
152	Convite para eventos elaborados	R$ 1.128,27	R$ 339,20	R$ 222,53	R$ 1.690,00
153	Convite para eventos simples	R$ 862,39	R$ 258,00	R$ 169,61	R$ 1.290,00
154	Diploma	R$ 443,77	R$ 266,26	R$ 179,97	R$ 890,00
155	Formulário	R$ 443,77	R$ 266,26	R$ 179,97	R$ 890,00
156	Jogo americano	R$ 443,77	R$ 266,26	R$ 179,97	R$ 890,00
157	Panfleto	R$ 750,00	R$ 320,06	R$ 429,94	R$ 1.500,00
158	Pasta	R$ 334,26	R$ 212,49	R$ 143,25	R$ 690,00
159	Santinho	R$ 334,26	R$ 212,49	R$ 143,25	R$ 690,00
160					
161	**Material Promocional/PDV**	**Adaptação**	**Finalização**	**Computação Gráfica**	**Total**
162	Aplicação de marca	R$ 237,66	R$ 152,34	R$ -	R$ 390,00
163	Adesivo (até A4)	R$ 443,77	R$ 266,26	R$ 179,97	R$ 890,00
164	Adesivo (superior a A4)	R$ 750,00	R$ 320,06	R$ 429,94	R$ 1.500,00
165	Backdrop (só marcas)	R$ 333,10	R$ 214,14	R$ 142,76	R$ 690,00
166	Bandeirola	R$ 652,39	R$ 432,54	R$ 215,07	R$ 1.300,00
167	Bandô	R$ 333,10	R$ 214,14	R$ 142,76	R$ 690,00
168	Banner	R$ 973,46	R$ 416,17	R$ 710,36	R$ 2.100,00
169	Bola / Balão de festas	R$ 333,10	R$ 214,14	R$ 142,76	R$ 690,00
170	Cartela de preços	R$ 333,10	R$ 214,14	R$ 142,76	R$ 690,00
171	Crachá	R$ 333,10	R$ 214,14	R$ 142,76	R$ 690,00
172	Display de balcão e parede	R$ 973,46	R$ 416,17	R$ 710,36	R$ 2.100,00
173	Ficha de Inscrição/Cupom	R$ 468,60	R$ 290,78	R$ 170,62	R$ 930,00
174	Mobile	R$ 468,60	R$ 290,78	R$ 170,62	R$ 930,00
175	Painel	R$ 973,46	R$ 416,17	R$ 710,36	R$ 2.100,00
176	Placa Comemorativa	R$ 333,10	R$ 214,14	R$ 142,76	R$ 690,00
177	Sacola	R$ 333,10	R$ 214,14	R$ 142,76	R$ 690,00
178	Saia de gôndola	R$ 443,77	R$ 266,26	R$ 179,97	R$ 890,00
179	Wobbler, danger, stopper	R$ 652,39	R$ 432,54	R$ 215,07	R$ 1.300,00
180					
181	**Brinde**	**Adaptação**	**Finalização**	**Computação Gráfica**	**Total**
182	Aplicação de marca	R$ 237,66	R$ 152,34	R$ -	R$ 390,00
183	Abanador / leque	R$ 413,33	R$ 264,34	R$ 252,33	R$ 930,00
184	Boné	R$ 333,10	R$ 214,14	R$ 142,76	R$ 690,00
185	Calendário (Bolso/Mesa)	R$ 706,79	R$ 266,85	R$ 216,36	R$ 1.190,00
186	Calendário (custo por lâmina)	R$ 651,79	R$ 432,93	R$ 215,27	R$ 1.300,00
187	Camisa	R$ 413,33	R$ 264,34	R$ 252,33	R$ 930,00
188	Marcador Página	R$ 413,33	R$ 264,34	R$ 252,33	R$ 930,00
189	Mouse pad	R$ 413,33	R$ 264,34	R$ 252,33	R$ 930,00
190	Projeto especial (criação de novo brinde)	R$ 1.509,39	R$ 645,51	R$ 775,09	R$ 2.930,00
191					
192	**Projetos especiais (apenas layout - não incluso produção)**				**Total**
193	Inflável				R$ 2.050,00
194	Medalha				R$ 2.050,00
195	Totem				R$ 2.200,00
196	Troféu				R$ 2.890,00
197					

198	**Site/Portal**	**Total**
199	Arquitetura de informação (mapa do site + wireframe)	**R$ 13.935,56**
200	Compra de domínio + hosting (mensal)	**R$ 371,61**
201	Desenvolvimento de CMS	**R$ 9.290,37**
202	Desenvolvimento de gerador de perfis	**R$ 9.290,37**
203	Desenvolvimento de sistema de banco de dados	**R$ 3.716,15**
204	Gestão de conteúdo	**R$ 11.148,45**
205	Integração com redes sociais	**R$ 10.838,75**
206	Layout das páginas internas (por página)	**R$ 6.697,78**
207	Layout de homepage	**R$ 12.387,16**
208	Programação de capa em flash	**R$ 18.580,75**
209	Redação de texto (por página)	**R$ 3.096,79**
210	Replicar página para diferentes idiomas	**R$ 1.161,30**
211	Alterações / ajustes de layout (por página)	**R$ 1.798,64**
212	Alterações / ajustes de programação (por página)	**R$ 3.597,29**
213	**Hotsite**	**Total**
214	Arquitetura de informação (mapa do site + wireframe)	**R$ 4.645,19**
215	Compra de domínio + hosting (mensal)	**R$ 351,97**
216	Desenvolvimento de banco de dados	**R$ 12.387,16**
217	Desenvolvimento de cms	**R$ 12.387,16**
218	Desenvolvimento de gerador de perfis	**R$ 12.387,16**
219	Gestão de conteúdo	**R$ 5.866,25**
220	Integração com redes sociais	**R$ 15.483,96**
221	Layout de homepage	**R$ 8.516,18**
222	Layout das páginas internas (por página)	**R$ 4.645,19**
223	Programação de capa em flash	**R$ 11.612,96**
224	Redação de texto (por página)	**R$ 1.703,24**
225	Replicar página para diferentes idiomas	**R$ 1.161,30**
226	**Promoção/Concurso**	**Total**
227	Mediação (mensal)	**R$ 3.733,49**
228	Planejamento e mecânica	**R$ 5.600,24**
229	**Newsletter/Email Marketing**	**Total**
230	Importação / segmentação / higienização de base	**R$ 4.583,00**
231	Disparo (unitário)	**R$ 371,61**
232	Mensuração de resultados	**R$ 4.583,00**
233	Newsletter / e-mail mkt em arquivo de imagem (jpg,png,etc.)	**R$ 1.224,37**
234	Newsletter / e-mail mkt em arquivo html	**R$ 1.391,31**
235	Relatório de envio de newsletter / e-mail mkt	**R$ 4.583,00**
236	**Banner (medidas em pixel)**	**Total**
237	Background 1680 x altura livre	**R$ 5.264,45**
238	Banner vertical 120x240	**R$ 3.648,61**
239	Banner vertical expansível 300x600	**R$ 5.264,45**
240	Barra Lateral 180x400	**R$ 3.648,61**
241	Banner vertical expansível 1190x700	**R$ 5.264,45**
242	Botão 120x30	**R$ 3.040,03**
243	Botão 120x60	**R$ 3.648,61**
244	Botão 120x90	**R$ 3.848,61**
245	Botão 88x31	**R$ 3.040,03**
246	Full banner 468x60	**R$ 3.648,61**
247	Full banner expansível 468x300	**R$ 5.264,45**
248	Giga banner 990x300	**R$ 5.264,45**
249	Half banner 234x60	**R$ 3.040,03**
250	Interstitial 1000x600	**R$ 5.264,45**
251	Layer dhtml	**R$ 5.264,45**
252	Mega banner 920x114	**R$ 5.264,45**
253	Page colapse (fechado 300x250 – aberto 980x315)	**R$ 5.264,45**
254	Retângulo 180x150	**R$ 3.040,03**
255	Retângulo de menu 140x240	**R$ 3.848,61**
256	Retângulo médio 300x250	**R$ 3.848,61**
257	Rouba página (fechado 300x250) – aberto 994x519)	**R$ 5.264,45**
258	Selo 180x30	**R$ 3.040,03**
259	Selo duplo 180x60	**R$ 3.648,61**

Fls 60
Proc
Rubrica

Nº 59
FLS
ASCOM

260	Skyscraper 120x600	R$ 3.040,03
261	Super banner 728x90	R$ 3.648,61
262	Super banner expansível 728x300	R$ 5.264,45
263	Xpace 948x60 a 948x360	R$ 5.264,45
264	**Audiência**	**Total**
265	Monitoramento diário + relatório semanal simples (mensal)	R$ 1.052,90
266	Relatório completo (mensal)	R$ 1.796,15
267	Relatório de análise de métricas in-site	R$ 929,05
268	Relatório de análise de métricas off-site	R$ 1.858,05
269	**Mídias Sociais**	**Total**
270	Criação de cards para redes sociais	R$ 885,15
271	Criação de perfil (facebook, twiter, etc)	R$ 2.199,80
272	Personalização de rede social / perfil (avatar, testeira, etc.)	R$ 7.332,80
273	**Geração de Conteúdo**	**Total**
274	Criação de matriz de conteúdo para canais proprietários (redes sociais e sites) (por plataforma digital)	R$ 6.193,60
275	Criação de conteúdos para perfis proprietários em redes sociais (por post)	R$ 232,25
276	Criação de conteúdos para ambientes digitais como sites, hotsites e blogs (por post)	R$ 464,50
277	Criação de publieditoria (para blogs,sites e redes sociais) (por publieditorial)	R$ 929,05
278	Curadoria (pesquisa) de conteúdo para perfis proprietários em redes sociais	R$ 154,80
279	Curadoria (pesquisa) de conteúdo para ambientes digitais proprietários (sites, hotsites e blogs) (por post)	R$ 154,80
280	Gestão de geração de conteúdos e interações em canais proprietários (por mês)	R$ 619,35
281	**Monitoramento de Canais Proprietários**	**Total**
282	Monitoramento de interações e respostas às interações (por diária)	R$ 123,90
283	**Monitoramento da Marca na Web**	**Total**
284	Monitoramento de menções à marca na web e geração de relatório em resultados (por relatório)	R$ 929,95
285	Monitoramento de menções à marca para interações (monitoramento ativo) (por diária)	R$ 123,85
286	**Disseminação Online**	**Total**
287	Estruturação de estratégia de disseminação (por job)	R$ 4.645,20
288	Gestão de disseminação online (por job)	R$ 619,35
289	Mapeamento de formadores de opinião (blogueiros e betas) (por formador de opinião)	R$ 61,95
290	Pesquisa de dados cadastrais de formadores de opinião para contato (endereço + email)(por formador de opini	R$ 49,55
291	Realização de contato com formadores de opinião (por formador de opinião)	R$ 30,95
292	Negociação e contratação de posts pagos de formadores de opinião (por formador de opinião)	R$ 61,95
293	Digital PR (ativação de formadores de opinião) (até 10 formadores de opinião)	R$ 1.548,45
294	**Monitoramento e Avaliação de Resultados**	**Total**
295	Planejamento e definição de métricas e metas do projeto (por job)	R$ 2.012,90
296	Monitoramento de posts pagos e mídia espontânea em redes sociais, sites e blogs (diária)	R$ 1.548,40
297	Relatório semanal com monitoramento e clipagem de posts (por relatório)	R$ 433,55
298	Relatório completo do Projeto (por relatório)	R$ 1.796,15
299	**Games**	**Total**
300	Design de ambientes de jogo	R$ 9.290,37
301	Design de telas complementares de jogo	R$ 4.645,20
302	Game-flash	R$ 23.225,94
303	Game-html5	R$ 38.709,85
304	Mobile game	R$ 54.193,85
305	Planejamento de game	R$ 7.742,00
306	Social Game	R$ 69.677,80
307	**Aplicativos**	**Total**
308	Aplicativo para redes sociais simples	R$ 38.709,90
309	Aplicativos para redes sociais gerador de perfis e integração de conteúdo	R$ 54.193,82
310	Aplicativo para aparelhos móveis (celular e tablet)	R$ 61.935,82
311	**Mobile**	**Total**
312	Análise de resultados de campanha sms	R$ 1.796,15
313	Banner grande para dispositivos móveis 320x100	R$ 3.648,62
314	Cabeçalho para dispositivos móveis 320x50	R$ 3.648,62
315	Disparo de SMS	R$ 1.239,70
316	Mobile apps 480x75	R$ 3.648,62
317	Planejamento de campanha SMS	R$ 6.967,60
318	Quadrado 250x250	R$ 3.648,62

Nº 359

319	Selo duplo 300x100	R$ 3.648,62
320	Selo simples 300x50	R$ 3.648,62
321	**Otimização SEO**	**Total**
322	Análise de conteúdo in-site (por página)	R$ 278,70
323	Análise técnica in-site	R$ 2.167,75
324	Análise técnica off-site (link building)	R$ 3.406,45
325	Monitoramento de resultados	R$ 929,04
326	Planejamento de campanha (por palavra)	R$ 774,20
327	**Marketing em Buscadores (S.E.M)**	**Total**
328	Criação de campanha	R$ 5.419,40
329	Gestão de campanha	R$ 929,05
330	Seleção de palavras-chaves (por palavra)	R$ 170,30
331	**Apresentações**	
332	Presentation em flash	R$ 27.871,12
333	Presentation em ppt	R$ 13.935,55
334		
335	**Planejamento**	**Total**
336	Planejamento de Projeto digital	R$ 22.507,00
337	Protótipo de Projeto Digital (wireframes) – arquitetura	R$ 22.507,00
338	Benchmark (avulso)	R$ 9.268,00
339	Direção de arte (conceito para projeto)	R$ 10.592,00
340	Análise de tecnologia	R$ 7.502,00
341	Tag Book (especificação métrica)	R$ 7.502,00
342	SEO Book (especificação de ações para busca orgânica)	R$ 18.756,00
343	Gestão de Projeto (PMI)*	R$ 49.650,00
344	Plano de mídia digital (avulso)	R$ 13.240,00
345	**Criação**	**Total**
346	Sites Institucionais (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)	R$ 49.650,00
347	Intranets e extranets (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)	R$ 44.132,00
348	E-commerce (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)	R$ 41.925,00
349	Blogs, fóruns e hotsites (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)	R$ 16.550,00
350	App Mobile (Planejamento, UX, Direção de Arte, Webdesign e Redação)	R$ 49.650,00
351	**Programação**	**Total**
352	Sites Institucionais	R$ 49.650,00
353	Intranets e extranets	R$ 44.132,00
354	E-commerce	R$ 41.925,00
355	Blogs, fóruns e hotsites	R$ 16.550,00
356	App Mobile	R$ 49.650,00
357	Setup de servidor	R$ 5.628,00
358	Gestão e suporte mensal de servidor	R$ 1.986,00
359	Infográfico e Landing page	R$ 4.635,00
360	**Conteúdo**	**Total**
361	"SAC 2.0" – Interação em canal social (mensal)	R$ 6.620,00
362	**Business Intelligence**	**Total**
363	Análise Web Metrics - mensal	R$ 3.752,00
364	Análise especifica SEO - mensal	R$ 4.634,00
365	Monitoramento social de marca - mensal	R$ 4.193,00
366	**Desenvolvimento dos trabalhos em Meios Digitais**	**Custo homem/hora (R$)**
367	Planejamento	419,10 a 500,50
368	Design e criação	331,10 a 418,00
369	Atendimento e gestão	333,30 a 418,00
370	Programação	250,80 a 333,30
371	*Refação – adicional mínimo de 30% Valores em reais*	
372		

ILUSTRAÇÃO

373	**Ilutração (por ilustração)**	**Acima de 10**	**Até 10**
374	Gráfico (ilustração)	R$ 475,00	R$ 658,00
375	Mapa de localização (simples)	R$ 1.148,00	R$ 1.078,00
376	Tabela	R$ 382,00	R$ 530,00
377	Ilustrações / Cartoon / Caricatura (mídia impressa e eletrônica)	R$ 690,00	R$ 956,00
378	*Pesquisa 2007 - Referencial de valores de ilustração Abipro*		

379		
380	**Hora/Profissional**	**Total**
381	Presidente	**R$ 560,00**
382	Vice-presidente	**R$ 380,00**
383	Diretor de Criação	**R$ 310,00**
384	Diretor de Atendimento	**R$ 310,00**
385	Atendimento	**R$ 190,00**
386	Diretor de arte	**R$ 290,00**
387	Redator	**R$ 290,00**
388	Planejamento	**R$ 380,00**
389	Produtor gráfico/eletronico	**R$ 190,00**
390	Mídia	**R$ 190,00**
391		
392	**Finalização**	**Total**
393	Fechamento de arquivo (por hora homem) - incluir em fechamento de arquivo.	**R$ 190,00**
394	Tratamento de imagem (Por hora homem)	**R$ 190,00**
395	Vetorização de logotipos	**R$ 190,00**
396	Gravação de CD/DVD	**R$ 36,00**
397	Scanner de imagem	**R$ 24,00**
398	Print papel A4 (cor)	**R$ 12,00**
399	Print papel A3 (cor)	**R$ 18,00**
400	Print papel A4 (p&b)	**R$ 9,50**
401	Print papel A3 (p&b)	**R$ 14,00**
402	Backup de arquivos CD/DVD	**R$ 360,00**

ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
GABINETE DO PREFEITO
MINUTA DE CONTRATO

CONTRATO Nº000/20xx – ASCOM

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, COMPREENDENDO O CONJUNTO DE ATIVIDADES REALIZADAS INTEGRADAMENTE QUE TENHAM POR OBJETIVO O ESTUDO, O PLANEJAMENTO, A CONCEITUAÇÃO, A CONCEPÇÃO, A CRIAÇÃO, A EXECUÇÃO INTERNA, A INTERMEDIAÇÃO E A SUPERVISÃO DA EXECUÇÃO EXTERNA, A COMPRA DE MÍDIA E A DISTRIBUIÇÃO DE PUBLICIDADE, COM O INTUITO DE ATENDER AO PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE E AO DIREITO À INFORMAÇÃO, DE DIFUNDIR IDEIAS, PRINCÍPIOS, INICIATIVAS OU INSTITUIÇÕES OU DE INFORMAR O PÚBLICO EM GERAL, QUE ENTRE SI CELEBRAM A PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ, E A EMPRESA xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, NA FORMA ABAIXO.

Ao(s) xx dias do mês de xxxxxx do ano de 20xx, de um lado, o **MUNICÍPIO DE IMPERATRIZ**, CNPJ/MF n.º 06.158.455/0001-16, localizada na Rua Rui Barbosa, n.º 201 – Centro, através do **Chefe de Gabinete**, senhor **xxxxxxxxxxxxxxx**, brasileiro, profissão xxxxxxxx, portador do RG n.º xxxxxxxx SSP/xx e do CPF/MF n.º xxxxxxxxxxxxx, doravante denominada simplesmente de **CONTRATANTE** e, do outro lado, a empresa xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, CNPJ n° xxxxxxxxxxxxx, estabelecida na Rua xxxxxxx, n°xxx, Bairro xxxxxx, cidades de xxxxxxx do estado xxxxxx, neste ato, representada pelo, Sr(a) xxxxxxxxxxxxxxx portador do RG n.º xxxxxxxxxxxxxx e do CPF/MF n.º xxxxxxxxxxxxxx, doravante denominada simplesmente de **CONTRATADA**, tendo em vista o que consta no **Processo n.º xxxxxxxxxxxxxxx- ASCOM** e proposta apresentada, que passam a integrar este instrumento, independentemente de transcrição na parte em que com este não conflitar, resolvem, de comum acordo, celebrar o presente Contrato, resultante da licitação sob a modalidade Concorrência Pública n º xxx/20xx, do tipo **MELHOR TÉCNICA E PREÇO** mediante as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA – DA LEGISLAÇÃO E DOS DOCUMENTOS VINCULADOS

1.1 O presente contrato reger-se-á pelas disposições da Lei nº 12.232, de 29.04.10, e, de forma complementar, das Leis nº 4.680, de 18.06.65, e nº 8.666, de 21.06.93.

1.2.Independentemente de transcrição, fazem parte deste contrato, e a ele se integram em todas as cláusulas, termos e condições aqui não expressamente alterados - o Edital da Concorrência Publica nº xxx/20xx e seus Anexos, bem como as Propostas Técnica e de Preços apresentadas pela contratada.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO OBJETO

2.1 Constitui objeto deste contrato a prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, conforme Briefing e Edital.

2.1.1Também integram o objeto deste contrato, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

a)Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução deste contrato;

b) A criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias;

c) A produção e à execução técnica das peças e ou material criados pela CONTRATADA.

2.1.1.1. As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea 'a' do subitem 2.1.1 terão a finalidade de:

a) gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação da CONTRATANTE, o público-alvo e os veículos de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas ou peças, vedada à inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação publicitária.

2.1.2 Os serviços previstos no subitem 2.1.1 não abrangem as atividades de promoção, de patrocínio e de assessoria de comunicação, imprensa e relações públicas e a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2.1.2.1. Não se incluem no conceito de patrocínio mencionado no subitem precedente o patrocínio de mídia, ou seja, de projetos de veiculação em mídia ou em instalações, dispositivos e engenhos que funcionem como veículo de comunicação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de comunicação.

2.2. A CONTRATADA atuará por ordem e conta da CONTRATANTE, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 2.1.1, e de veículos e demais meios de divulgação, para a transmissão de mensagens publicitárias.

2.3. A CONTRATADA não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos nesta Cláusula.

CLÁUSULA TERCEIRA – DA VIGÊNCIA E DA PRORROGAÇÃO

3.1 O presente contrato terá duração de 12 (doze) meses, contados a partir do dia da sua assinatura.

3.1.1 A CONTRATADA ficara obrigada a aceitar nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários do objeto até 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial do contrato, observadas as condições definidas no parágrafo 1º do art. 65 da Lei nº8.666 de 21/06/93.

3.1.2 O CONTRATANTE poderá optar pela prorrogação desse prazo em até 60 meses, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do art. 57 da Lei nº 8.666/1993.

3.1.3 A prorrogação será instruída mediante avaliação de desempenho da CONTRATADA, a ser procedida pela CONTRATANTE, em conformidade com o subitem 7.10 deste contrato.

CLÁUSULA QUARTA – DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1 As despesas a serem realizadas pela CONTRATADA, em decorrência do processo licitatório que deu origem a este ajuste, estão estimados em R$ 3.910.000,00 (três milhões e novecentos e dez mil reais), nos primeiros 12 (doze) meses, podendo ser dilatado até o máximo de R$ 19.550.000,00 (dezenove milhões e quinhentos e cinquenta mil reais), caso a Administração prorrogue o contrato até o limite de 60 (sessenta) meses.

4.2. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, consignará nos próximos exercícios em seu orçamento as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.3 O CONTRATANTE se reserva o direito de a seu juízo, utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

4.4 O crédito orçamentário para a execução dos serviços durante o exercício de 20xx está consignado no Orçamento do Município de Imperatriz, conforme as seguintes classificações:

Unid. Orçamentária: 11 – Governadoria do Município
Dotação: 11.001.24.131.0011.2.033 Ação de Governo em Divulgação e Assessoria de Comunicação.
Natureza: 3.3.90.39.00 – Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica
Recursos: 00- Tesouro Municipal.

CLÁUSULA QUINTA – DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

5.1 Constituem obrigações da **CONTRATADA**, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

5.1.1 Operar como uma organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

5.1.2 Centralizar o comando da publicidade da CONTRATANTE em Imperatriz, onde, para esse fim, manterá sede, filial, sucursal ou escritório. Se necessário, a CONTRATADA poderá eventualmente utilizar-se de seus estabelecimentos em outros Estados para executar parte dos serviços objeto deste contrato, desde que garantidas às condições previamente acordadas.

5.1.2.1. A CONTRATADA deverá comprovar, no prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos, a contar da data da assinatura deste instrumento, que possui, em Imperatriz/MA, estrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados à CONTRATANTE.

5.1.3. Executar – com seus próprios recursos ou, quando necessário, mediante a contratação de fornecedores de serviços especializados e veículos – todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

5.1.4. Utilizar os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica da Concorrência que deu origem a este ajuste) na elaboração dos serviços objeto deste contrato,

admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pela CONTRATANTE.

5.1.5 Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores e veículos e transferir à CONTRATANTE as vantagens obtidas.

5.1.5.1 Pertencem a CONTRATANTE as vantagens obtidas em negociação de compra de mídia diretamente ou por intermédio da CONTRATADA, incluídos os eventuais descontos e as bonificações na forma de tempo, espaço ou reaplicações que tenham sido concedidos por veículo de divulgação.

5.1.5.1.1 O disposto no subitem 5.1.5.1 não abrange os planos de incentivo concedidos por veículos à CONTRATADA e a outras agências, nos termos do art. 18 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.5.2 O desconto de antecipação de pagamento será igualmente transferido à CONTRATANTE, caso esta venha a saldar compromisso antes do prazo estipulado.

5.1.5.3 A CONTRATADA não poderá, em nenhum caso, sobrepor os planos de incentivo aos interesses da CONTRATANTE, preterindo veículos de divulgação que não os concedam ou priorizando os que os ofereçam, devendo sempre conduzir-se na orientação da escolha desses veículos de acordo com pesquisas e dados técnicos comprovados.

5.1.5.3.1 O desrespeito ao disposto no subitem 5.1.5.3 constituirá grave violação aos deveres contratuais por parte da CONTRATADA e a submeterá a processo administrativo em que, comprovado o comportamento injustificado, implicará a aplicação das sanções previstas neste contrato.

5.1.6 Negociar sempre as melhores condições de preço, até os percentuais máximos constantes dos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, no tocante aos direitos patrimoniais sobre trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos e aos direitos patrimoniais sobre obras consagradas, nos casos de reutilizações de peças publicitárias da CONTRATANTE.

5.1.7 Observar as seguintes condições para o fornecimento de bens ou serviços especializados à CONTRATANTE:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os serviços a serem prestados por fornecedores;

II - só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores previamente cadastrados no Cadastro de Fornecedores do Município de Imperatriz, aptos a

fornecer à CONTRATADA bens ou serviços especializados relacionados com as atividades complementares da execução do objeto deste contrato;

III - apresentar, no mínimo, 3 (três) cotações coletadas entre fornecedores cadastrados que atuem no mercado do ramo do fornecimento pretendido;

IV - exigir do fornecedor que constem da cotação os produtos ou serviços que a compõem, seus preços unitário e total e, sempre que necessário, o detalhamento de suas especificações;

V - a cotação deverá ser apresentada no original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;

VI - juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o serviço a ser fornecido.

VII – a CONTRATADA após recebimento da CONTRATANTE fica obrigada, no prazo de 72 (setenta e duas) horas, a apresentar comprovante de pagamento referente aos serviços de fornecedores executados em prol do objeto deste contrato.

5.1.7.1 Quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor superior a 1% (um por cento) do valor global deste contrato, a CONTRATADA coletará orçamentos de fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob fiscalização da CONTRATANTE.

5.1.7.1.2. A CONTRATANTE procederá à verificação prévia da adequação dos preços dos bens e serviços cotados em relação aos do mercado, podendo para isso recorrer às informações disponíveis nas Secretarias Municipais e na CPL.

5.1.7.2 Se não houver possibilidade de obter 03 (três) cotações, a CONTRATADA deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito, para prévia decisão da CONTRATANTE.

5.1.7.3 Se e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá:

a) supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela CONTRATADA quando o fornecimento de bens ou serviços tiver valor igual ou inferior a 1% (um por cento) do valor global deste contrato;

b) realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores para o fornecimento de bens ou serviços, independentemente de valor.

5.1.7.4 Cabe à CONTRATADA informar, por escrito, aos fornecedores de serviços especializados acerca das condições estabelecidas na Cláusula Décima para a reutilização de peças e materiais publicitários, especialmente no tocante aos direitos patrimoniais de autor e conexos.

5.1.7.5 As disposições dos subitens 5.1.7 a 5.1.7.4 não se aplicam à compra de mídia.

5.1.8 Submeter à contratação de fornecedores, para a execução de serviços objeto deste contrato, à prévia e expressa anuência da CONTRATANTE.

5.1.8.1 É vedada a cotação prévia de preços para o fornecimento de bens ou serviços especializados de empresas em que:

I - um mesmo sócio ou cotista participe de mais de uma empresa fornecedora em um mesmo procedimento;

II - dirigente ou empregado da CONTRATADA tenha participação societária ou vínculo comercial ou de parentesco até o terceiro grau.

5.1.9 Obter a aprovação prévia da CONTRATANTE, por escrito, para autorizar despesas com bens e serviços especializados prestados por fornecedores, veiculação e qualquer outra relacionada com este contrato.

5.1.9.1 A CONTRATADA só poderá reservar e comprar espaço ou tempo publicitário de veículos, por ordem e conta da CONTRATANTE, se previamente a identificar e tiver sido por ela expressamente autorizada.

5.1.10 Apresentar à CONTRATANTE, para aprovação do Plano de Mídia de cada campanha ou ação, relação dos meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.4, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11 Apresentar à CONTRATANTE, como alternativa ao subitem 5.1.10, estudo prévio sobre os meios, praças e veículos dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter o relatório de checagem de veiculação a cargo de empresa independente, para fins do disposto no subitem 11.4, e a(s) justificativa(s) que demonstre(m) tal impossibilidade, com o fim de atender ao disposto no art. 15 da Lei nº 12.232/2010.

5.1.11.1 O estudo de que trata o subitem 5.1.11 deve levar em conta os meios, praças e veículos habitualmente programados nos esforços de comunicação da CONTRATANTE, com vistas à realização de negociação global entre as partes sobre o que seja oneroso e o que seja suportável para a CONTRATADA.

5.1.11.1.1 O resultado da negociação global entre as partes prevista no subitem 5.1.11.1 vigerá para os planos de mídia que vierem a ser aprovados em até 6 (seis) meses da data de assinatura deste contrato.

5.1.11.1.2 Ao final do período de 6 (seis) meses, a CONTRATADA apresentará novo estudo, que vigorará durante os 6 (seis) meses seguintes e assim sucessivamente.

5.1.11.1.3 Se fato superveniente alterar significativamente as análises e conclusões do estudo mencionado no subitem 5.1.11, a CONTRATANTE solicitará novo estudo à CONTRATADA e, em decorrência, poderá efetuar nova negociação global e determinar seu novo período de vigência.

5.1.12 Encaminhar imediatamente após a produção dos serviços, para constituir o acervo da CONTRATANTE, sem ônus para esta:

a) TV e Cinema: cópias em *x dcan,e/ou* DVD e/ou arquivos digitais;

b) Internet: cópias em CD;

c) Rádio: cópias em CD, com arquivos digitais;

d) Mídia impressa e material publicitário: cópias em CD, com arquivos em alta resolução, abertos e ou finalizados.

5.1.12.1Quando se tratar de campanhas com várias mídias, as peças poderão ser agrupadas em um mesmo DVD, mantida a exigência de apresentação de cópia em *DVD* com a peça de TV.

5.1.13 Manter, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção deste contrato, acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados, compreendendo as peças e ou material produzidos, independentemente do disposto no subitem 5.1.12.

5.1.14 Orientar a produção e a impressão das peças gráficas aprovadas pela CONTRATANTE.

5.1.14.1 O material a ser utilizado na distribuição só será definido após sua aprovação pela CONTRATANTE e sua reprodução dar-se-á a partir das peças mencionadas no subitem 5.1.12.

5.1.15 Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio.

5.1.16 Registrar em relatórios de atendimento todas as reuniões e telefonemas de serviço entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, com o objetivo de tornar transparentes os entendimentos havidos e também para que ambos tomem as providências necessárias ao desempenho de suas tarefas e responsabilidades.

5.1.16.1 Esses relatórios deverão ser enviados pela CONTRATADA à CONTRATANTE até o prazo máximo de 2 (dois) dias úteis após a realização do contato.

5.1.16.2 Se houver incorreção no registro dos assuntos tratados, a CONTRATANTE solicitará a necessária correção, no prazo máximo de 1 (um) dia útil, a contar da data do recebimento do respectivo relatório.

5.1.17 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores e veículos e os honorários da CONTRATADA pelos serviços realizados até a data dessas ocorrências, desde que não causadas pela própria CONTRATADA ou por fornecedores e veículos por ela contratados.

5.1.18 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

5.1.19 Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.

5.1.20 Não caucionar ou utilizar o presente contrato como garantia para qualquer operação financeira.

5.1.21 Manter, durante a execução deste contrato, todas as condições de habilitação exigidas na Concorrência que deu origem a este ajuste, incluída a certificação de qualificação técnica de funcionamento de que tratam o art. 4º e seu § 1º da Lei nº 12.232/2010.

5.1.22 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa, bem assim, quando for o caso, a legislação estrangeira com relação a trabalhos realizados ou distribuídos no exterior.

5.1.23 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados e, quando for o caso, com relação a empregados de fornecedores contratados.

5.1.24 Assumir, com exclusividade, todos os tributos e taxas que forem devidos em decorrência do objeto deste contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos poderes públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

5.1.25 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços contratados.

5.1.26 Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

5.1.27 Executar todos os contratos, tácitos ou expressos, firmados com fornecedores e veículos, bem como responder por todos os efeitos desses contratos perante seus signatários e a própria CONTRATANTE.

5.1.28 Manter, por si, por seus prepostos e contratados, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhe sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

5.1.29 Responder perante a CONTRATANTE e fornecedores por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços de sua responsabilidade, na veiculação de publicidade ou em quaisquer serviços objeto deste contrato.

5.1.30 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas ou perda de descontos para a CONTRATANTE.

5.1.31 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de seus empregados, prepostos e ou contratados, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais que lhe venham a ser

atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente contrato.

5.1.31.1 Se houver ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, a CONTRATADA adotará as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsará à CONTRATANTE as importâncias que este tenha sido obrigado a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

5.1.32 Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto deste contrato.

CLÁUSULA SEXTA - OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

6.1 Constituem obrigações da CONTRATANTE, além das demais previstas neste contrato ou dele decorrentes:

a) cumprir todos os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

b) comunicar, por escrito, à CONTRATADA, toda e qualquer orientação acerca dos serviços, excetuados os entendimentos orais determinados pela urgência, que deverão ser confirmados, por escrito, no prazo de 24 (vinte quatro) horas úteis;

c) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA todos os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos serviços;

d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à CONTRATADA e às condições de contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA;

e) proporcionar condições para a boa execução dos serviços;

f) notificar, formal e tempestivamente, a CONTRATADA sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;

g) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade.

6.2A juízo da CONTRATANTE, a campanha publicitária integrante da Proposta Técnica que a CONTRATADA apresentou na Concorrência que deu origem a este contrato poderá ou não vir a ser produzida e distribuída durante sua vigência, com ou sem modificações.

CLÁUSULA SÉTIMA - FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

7.1 A CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado, com anuência da Prefeitura Municipal de IMPERATRIZ.

7.1.1 A Prefeitura Municipal de Imperatriz, nomeia o servidora MARIA LETÍCIA DE OLIVEIRA SILVA, Matrícula nº 523101, como **FISCAL** titular e nomeará um substituto por Portaria, se for o caso, para executar a fiscalização do contrato resultante desta Concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção, com a anuência da Prefeitura Municipal de Imperatriz.

7.2 A fiscalização pela CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva, da CONTRATADA pela perfeita execução dos serviços.

7.3 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância da CONTRATANTE.

7.4 A CONTRATADA adotará as providências necessárias para que qualquer execução, referente à produção, veiculação ou à distribuição, considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada, nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para a CONTRATANTE.

7.5 A aprovação dos serviços executados pela CONTRATADA ou por seus contratados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução dos serviços contratados.

7.6 A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente a irregularidade ou falhas, não exime a CONTRATADA das responsabilidades determinadas neste contrato.

7.7 A CONTRATADA permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência deste contrato, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

7.8 A CONTRATADA se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso a todos os documentos que digam respeito aos serviços prestados à CONTRATANTE.

7.9 À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento de todos os serviços objeto deste contrato, juntamente com representante credenciado pela CONTRATADA.

7.10 A CONTRATANTE avaliará, semestralmente, os serviços prestados pela CONTRATADA.

7.10.1 A avaliação semestral será considerada pela CONTRATANTE para apurar a necessidade de solicitar, da CONTRATADA, correções que visem a melhorar a qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

7.10.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao **FISCAL** deste contrato e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

CLÁUSULA OITAVA - REMUNERAÇÃO

8.1 Pelos serviços prestados, a CONTRATADA será remunerada conforme disposto nesta cláusula:

8.1.1. Honorários de xx % (xxx por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição proporcione ou não à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 9.1.

8.1.2 Honorários de xx % (xxx por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução deste contrato.

8.1.3 Honorários de xx % (xxx por cento), incidentes sobre os preços comprovados e previamente autorizados de serviços especializados prestados

por fornecedores, com a intermediação e supervisão da CONTRATADA, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitaria destinadas a expandior os efeitos das mensagens, em consonancia com novas tecnologias .

8.1.4 Honorarios de xx %. (xxx por cento) dos valores previstos na tabela referencial de preços da Fenapro 2018/2019 de uso de competência do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Maranhão, a título de ressarcimento dos custos internos dos serviços executados pela CONTRATADA, referentes a peças e ou material cuja distribuição lhe proporcione ou não desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965, de que trata o subitem 9.1.

8.1.4.1 Os leiautes, roteiros e similares reprovados não serão cobrados pela CONTRATADA.

8.1.4.2 A CONTRATADA se compromete a apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços da Fenapro 2018/2019 de uso de competência do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Maranhão e com os preços correspondentes a serem cobrados da CONTRATANTE, conforme previsto no subitem 8.1.4, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele.

8.2 Os honorários de que tratam os subitens 8.1.1 a 8.1.3 serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido o valor dos tributos cujo recolhimento seja de competência da CONTRATADA.

8.3 A CONTRATADA fará jus a honorários sobre os custos de serviços prestados por fornecedores referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione ou não a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

8.4 Despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados serão de sua exclusiva responsabilidade. Eventuais exceções, no exclusivo interesse da CONTRATANTE, poderão vir a ser ressarcidas por seu valor líquido e sem cobrança de honorários pela CONTRATADA, desde que antecipadamente orçadas e aprovadas pela CONTRATANTE.

8.4.1 Quando houver ressarcimento de despesas com deslocamento de profissionais da CONTRATADA, de seus representantes ou de fornecedores por ela contratados, deverão ser apresentados comprovantes de passagens, diárias, locação de veículos, entre outros, a fim de aferir a execução da despesa e assegurar seu pagamento pelo líquido, sem a incidência de honorários.

8.5 A CONTRATADA não fará jus a nenhuma remuneração ou desconto de agência quando da utilização, pela CONTRATANTE, de créditos que a esta tenham sido eventualmente concedidos por veículos de divulgação, em qualquer ação publicitária pertinente a este contrato.

8.6 As formas de remuneração estabelecidas nesta Cláusula poderão ser renegociadas, no interesse da CONTRATANTE, quando da renovação ou da prorrogação deste contrato.

CLÁUSULA NONA - DESCONTO DE AGÊNCIA

9.1 Além da remuneração prevista na Cláusula Oitava, a CONTRATADA fará jus ao desconto de agência de 20% concedido pelos veículos de comunicação, em conformidade com o art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

9.1.1 O desconto de que trata o subitem precedente é concedido à CONTRATADA pela concepção, execução e ou distribuição de publicidade, por ordem e conta da CONTRATANTE, nos termos do art. 19 da Lei nº 12.232/2010.

CLÁUSULA DÉCIMA - DIREITOS AUTORAIS

10.1 A CONTRATADA cede à CONTRATANTE os direitos patrimoniais do autor das ideias (incluídos os estudos, análises e planos), campanhas, peças e materiais publicitários, de sua propriedade, de seus empregados ou prepostos, concebidos e criados em decorrência deste contrato.

10.1.1 O valor dessa cessão é considerado incluído nas modalidades de remuneração definidas nas Cláusulas Oitava e Nona deste contrato.

10.1.2 A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos diretamente ou através de terceiros, durante a vigência deste contrato, sem que lhe caiba qualquer ônus perante a CONTRATADA, seus empregados, prepostos ou fornecedores.

10.1.3 A juízo da CONTRATANTE, as peças criadas pela CONTRATADA poderão ser reutilizadas por outros órgãos ou entidades do Poder Executivo Municipal, sem que caiba a eles ou à CONTRATANTE qualquer ônus perante a CONTRATADA.

10.1.3.1 Caberá a esses órgãos ou entidades, diretamente ou por intermédio das agências de propaganda com que mantenham contrato, quando couber, efetuar o acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos de autor e conexos relacionados com a produção externa das peças a serem reutilizadas.

10.2 Com vistas às contratações para a execução de serviços que envolvam direitos de autor e conexos, a CONTRATADA solicitará dos fornecedores orçamentos que prevejam a cessão dos respectivos direitos patrimoniais pelo prazo definido pela CONTRATANTE.

10.2.1 A CONTRATADA utilizará os trabalhos de arte e outros protegidos pelos direitos de autor e conexos dentro dos limites estipulados no respectivo ato de cessão e condicionará a contratação ao estabelecimento, no ato de cessão, orçamento ou contrato, de cláusulas em que o fornecedor garanta a cessão pelo prazo definido pela CONTRATANTE em cada caso e se declare ciente e de acordo com as condições estabelecidas nos subitens 10.2.1.1 a 10.2.3.

10.2.1.1 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual a ser pago pela CONTRATANTE em relação ao valor original dos direitos patrimoniais de autor e conexos será de no máximo 50%(cinquenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.1.1.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.2 Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças, a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 70%(setenta por cento). Para a reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples.

10.2.2.1 O valor inicialmente contratado poderá ser reajustado tendo como parâmetros básicos os preços vigentes no mercado, aplicando-se, em tal caso, no máximo, a variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna

(IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, desde que decorrido pelo menos um ano da cessão original dos direitos.

10.2.3 Quando da reutilização de quaisquer peças publicitárias, conforme previsto nos subitens 10.2.1.1 e 10.2.2, o valor a ser pago pela CONTRATANTE será negociado caso a caso, tendo como parâmetros básicos a qualidade e os preços praticados no mercado, obedecidos os percentuais máximos definidos neste contrato.

10.3 Qualquer remuneração devida em decorrência da cessão dos direitos patrimoniais de autor e conexos será sempre considerada como já incluída no custo de produção.

10.4 A CONTRATADA se obriga a fazer constar, em destaque, os preços dos cachês, os de cessão de direito de uso de obra(s) consagrada(s), incorporada(s) à peça e os de cessão dos demais direitos patrimoniais de autor e conexos, nos orçamentos de produção aprovados pela CONTRATANTE, após os procedimentos previstos no subitem 5.1.7.

10.5 A CONTRATADA se obriga a fazer constar dos respectivos ajustes que vier a celebrar com fornecedores, nos casos de tomadas de imagens que não impliquem direitos de imagem e som de voz, cláusulas escritas estabelecendo:

I - a cessão dos direitos patrimoniais do autor desse material à CONTRATANTE, que poderá, a seu juízo, utilizar referidos direitos, diretamente ou por intermédio de terceiros, durante o prazo de 5 (cinco) anos, contado da data do pagamento do serviço, pela CONTRATADA ao fornecedor, sem que caiba à CONTRATANTE qualquer ônus adicional perante os cedentes desses direitos;

II – que, em decorrência da cessão prevista no inciso anterior, a CONTRATANTE poderá solicitar cópia de imagens contidas no material bruto produzido, em mídia compatível com seu uso e destinação, por intermédio da CONTRATADA ou de outra empresa com que venha a manter contrato para prestação de serviços;

III - que qualquer remuneração devida em decorrência da cessão referida nos incisos anteriores será considerada como já incluída no custo de produção.

10.6 A CONTRATANTE poderá aproveitar, para veiculação, peças produzidas para outros órgãos e entidades do Poder Executivo Municipal. Nesses casos, quando couber, a CONTRATADA ficará responsável pelo acordo comercial com os eventuais detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos das peças e o submeterá previamente à CONTRATANTE.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO DE DESPESAS

11.1 Para a liquidação e pagamento de despesa referente aos serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - a correspondente nota fiscal, que será emitida sem rasura, em letra bem legível, em nome da CONTRATANTE, CNPJ nº xxxxxxxxxxxx, da qual constará o número deste contrato e as informações para crédito em conta corrente: nome e numero do Banco, nome e numero da Agência e numero da conta;

II - a primeira via do documento fiscal do fornecedor ou do veículo;

III - os documentos de comprovação da veiculação, da execução dos serviços e, quando for o caso, do comprovante de sua entrega.

11.1.1 Os documentos de cobrança e demais informações necessários à comprovação da execução e entrega dos serviços para a liquidação e pagamento de despesas deverão ser encaminhados pela CONTRATADA à CONTRATANTE, a Sede da Prefeitura Municipal de Imperatriz.

11.1.2 O **FISCAL** deste contrato somente atestará a prestação dos serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela CONTRATADA todas as condições pactuadas.

11.2 A liquidação de despesas será precedida das seguintes providências a cargo da CONTRATADA:

I - serviços executados pela CONTRATADA:

a) Intermediação e supervisão de serviços especializados prestados por fornecedores: apresentação dos documentos de cobrança de que de que trata o subitem 11.1. Deverá haver comprovação de participação ativa da CONTRATADA por meio do relatório de acompanhamento;

b) Execução de serviços internos: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I e III do subitem 11.1. Obrigatoriedade do envio dos layouts finalizados em meio impresso com cabeçalho com as seguintes informações: nome da peça, formato, nome do veículo e período de veiculação.

II - serviços especializados prestados por fornecedores e veiculação:

a) produção e execução técnica de peça e ou material: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

b) planejamento e execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

c) Criação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: apresentação dos documentos de cobrança de que tratam os incisos I, II e III do subitem 11.1;

d) Veiculação: apresentação dos documentos de cobrança de que trata o subitem 11.1 da demonstração do valor devido ao veículo, de sua tabela de preços, da indicação dos descontos negociados, dos correspondentes pedidos de inserção e, sempre que possível, do respectivo relatório de checagem, a cargo de empresa independente, nos termos do inciso III do subitem 11.4. As comprovações devem conter: fotos datadas com cabeçalho indicativo de local, data, peça, veiculação e quantidade mínima de amostragem, que será definida previamente pela CONTRATADA. As faturas deverão registrar a quantia cobrada em relação à quantia total a ser faturada, carta obrigatória e comprobatória emitida pelos veículos, indicando a totalidade (ou não) das veiculações contratadas. As faturas deverão ser discriminadas na INVOICE, com respectivo veículo e total faturado. Será obrigatória a apresentação dos prints digitais.

11.2.1 As despesas com distribuição de peças e material de não mídia executada por fornecedores de serviços especializados terão o tratamento previsto na alínea 'a' do inciso II do subitem 11.2.

11.2.2 Na ocorrência de falha local em uma programação em mídia eletrônica, além das providências previstas na alínea 'd' do inciso II do subitem 11.2 a CONTRATADA deverá apresentar documento do veículo com a descrição da falha e do respectivo valor a ser abatido na liquidação.

11.2.3 Os preços de tabela de cada inserção e os descontos negociados, de que trata o art. 15 da Lei nº 12.232/2010, será conferido Fiscal do Contrato, por ocasião da apresentação do Plano de Mídia pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

11.3 O pagamento das despesas será feito fora o mês de produção ou veiculação, em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos nos subitens 11.1 e 11.2.

11.4 No tocante à veiculação, além do previsto na alínea 'd' do inciso II do subitem 11.2, a CONTRATADA fica obrigada a apresentar, sem ônus para a CONTRATANTE, os seguintes comprovantes:

I- Revista: exemplar original;

II - Jornal: exemplar ou a página com o anúncio, da qual devem constar as informações sobre período ou data de circulação, nome do Jornal e praça;

III - demais meios: relatório de checagem de veiculação, a cargo de empresa independente, se não restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, perante a CONTRATANTE, a impossibilidade de fazê-lo.

11.4.1 Nos casos em que restar demonstrada, nos termos dos subitens 5.1.10 ou 5.1.11 da Cláusula Quinta, a impossibilidade de obter o relatório de checagem, a cargo de empresa independente, a CONTRATADA deverá apresentar:

I - TV, Rádio e Cinema: documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) e declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação;

I.1) como alternativa ao procedimento previsto no inciso I, a CONTRATADA poderá apresentar documento usualmente emitido pelo veículo (mapa ou comprovante de veiculação ou inserção ou irradiação e similares) em que figure a declaração prevista no inciso I deste subitem, na frente ou no verso desse documento, mediante impressão eletrônica ou a carimbo, desde que essa declaração seja assinada e que esse documento 'composto' contenha todas as informações previstas no inciso I deste subitem.

I.2) como alternativa ao conjunto de documentos previstos nos incisos I e I.1 deste subitem, a CONTRATADA poderá apresentar declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, emitida pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração, local, data, nome do programa (quando for o caso), dia e horário da veiculação.

II - Mídia Exterior:

II.1 - Mídia *Out Off Home*: relatório de exibição fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar as fotos, período de veiculação, local e nome da campanha, datado e assinado, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.2 - Mídia *Digital Out Off Home*: relatório de exibição, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, de que devem constar fotos por amostragem, identificação do local da veiculação, quantidade de inserções, nome da campanha, período de veiculação, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

II.3 - Carro de Som: relatório de veiculação, datado e assinado, fornecido pela empresa que veiculou a peça, com relatório de GPS e fotos de todos os carros contratados, com imagem de fundo que comprove a cidade em que a ação foi realizada, acompanhado de declaração de execução, sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, firmada pela empresa que realizou a veiculação, da qual devem constar, pelo menos, nome empresarial e CNPJ da empresa, nome completo, CPF e assinatura do responsável pela declaração;

III - Internet: relatório de gerenciamento fornecido pela empresa que veiculou as peças, preferencialmente com o *print* da tela.

11.4.2 As formas de comprovação de veiculação em mídias não previstas nos incisos I, II e III do subitem 11.4.1 serão estabelecidas formalmente pela CONTRATANTE, antes da aprovação do respectivo Plano de Mídia.

11.5 A CONTRATADA deverá apresentar, conforme o caso, Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Negativa de Débito junto à Previdência Social - CND, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional, e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

11.6 Caso se constate erro ou irregularidade na documentação de cobrança, a CONTRATANTE, a seu juízo, poderá devolvê-la, para as devidas correções, ou aceitá-la, com a glosa da parte que considerar indevida.

11.6.1 Na hipótese de devolução, a documentação será considerada como não apresentada, para fins de atendimento das condições contratuais.

11.7 No caso de eventual falta de pagamento pela CONTRATANTE nos prazos previstos, o valor devido será corrigido financeiramente, mediante solicitação expressa da CONTRATADA, desde o dia de seu vencimento até a data de seu efetivo pagamento, com base na variação do Índice Geral de Preços - Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

11.7.1 A CONTRATANTE não pagará nenhum acréscimo por atraso de pagamento decorrente de fornecimento de serviços, por parte da CONTRATADA, com ausência total ou parcial da documentação hábil ou pendente de cumprimento de quaisquer cláusulas constantes deste contrato.

11.8 A CONTRATANTE não pagará nenhum compromisso, assumido pela CONTRATADA, que lhe venha a ser cobrado diretamente por terceiros.

11.9 Os pagamentos a fornecedores e veículos por serviços prestados serão efetuados pela CONTRATADA em até 15 (quinze) dias após o recebimento da ordem bancária da CONTRATANTE pela agência bancária pagadora.

11.9.1 A CONTRATADA informará à CONTRATANTE os pagamentos feitos a fornecedores e veículos a cada ordem bancária de pagamento emitida pela CONTRATANTE e encaminhará relatório até o décimo quinto dia de cada mês com a consolidação dos pagamentos efetuados no mês imediatamente anterior.

11.9.1.1 Os dados e formato dos controles serão definidos pela CONTRATANTE, e os relatórios deverão conter pelos menos as seguintes informações: data do pagamento da CONTRATANTE, data do pagamento da CONTRATADA, número da nota fiscal, valor pago e nome do favorecido.

11.9.2 O não cumprimento do disposto nos subitens 11.9 e 11.9.1 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da CONTRATADA, até que seja resolvida a pendência.

11.9.2.1 Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contado da notificação da CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da CONTRATADA.

11.9.2.2 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 11.9.2, a CONTRATANTE, nos termos da Cláusula Décima Quarta, poderá optar pela rescisão deste contrato e ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente ao fornecedor de serviços especializados ou ao veículo, conforme o caso.

11.9.2.3 Para preservar o direito dos fornecedores e veículos em receber com regularidade pelos serviços prestados e pela venda de tempos e ou espaços, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para efetuar os pagamentos mediante repasse, pela CONTRATADA, dos valores correspondentes aos fornecedores e veículos, em operações bancárias concomitantes.

11.9.3 Os eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

11.10 A CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - GARANTIA

12.1 Será exigida, após assinatura do Contrato, A CONTRATADA prestará garantia, em favor da CONTRATANTE, no valor de R$ 39.100,00 (Trinta e Nove Mil e Cem Reais), correspondente a 1 % (um por cento) do valor estimado para a execução dos serviços, no prazo de até 20 (vinte) dias, contado a partir da data de assinatura deste contrato.

12.2 No prazo de até 20 (vinte) dias da assinatura do contrato e retirada da Nota de Empenho, a licitante vencedora deverá apresentar garantia, em favor

da Secretaria de Estado da Comunicação Social, correspondente a 1 % (um por cento) do valor estimado do contratado (subitem 23.1), a fim de assegurar a sua execução, em uma das modalidades previstas no art. 56 da Lei nº 8.666/1993, à escolha das licitantes vencedoras:

a) caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;

b) seguro-garantia;

c) fiança bancária.

12.3 Em se tratando de garantia prestada por meio de caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/86, a qual será devolvida atualizada monetariamente, nos termos do § 4º do art. 56 da Lei nº 8.666/1993.

12.4 Se a opção de garantia for pelo seguro-garantia:

a) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;

b) a apólice deverá indicar a Prefeitura Municipal de Imperatriz como beneficiário;

c) a apólice deverá conter cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

12.5 Se a opção for pela fiança bancária, esta deverá ter:

a) prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias;

b) expressa afirmação do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à Prefeitura Municipal de Imperatriz, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;

c) renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro;

d) cláusulas de atualização financeira, de imprescritibilidade, de inalienabilidade e de irrevogabilidade.

12.6 Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;

b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

12.7 Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da Secretaria de Estado da Comunicação Social.

12.8 Sem prejuízo das sanções previstas na Lei e neste Edital, a não prestação da garantia exigida será considerada como recusa injustificada em assinar o contrato, implicando sua imediata rescisão.

12.9 Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a CONTRATADA deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 05 (cinco) dias, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.10 Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a CONTRATADA se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

12.11 Na hipótese de prorrogação deste contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela CONTRATADA entre as modalidades previstas na Lei nº 8.666/1993.

12.11.1 O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 20 (vinte) dias, contado da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

12.12 A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 60 (sessenta) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, pelo FISCAL do cotrato, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas.
12.12.1 Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços – Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

13.1 Pela inexecução total ou parcial do objeto do contrato a Prefeitura Municipal de Imperatriz poderá, garantida a prévia defesa, aplicar a CONTRATADA as seguintes penalidades:

a. Advertência;

b. Multa de 0,3% (zero vírgula três por cento) por dia de atraso e por ocorrência de fato em desacordo com o proposto e o estabelecido no contrato, até o máximo de 10% sobre o valor total do Contrato, recolhida no prazo máximo de 15 (quinze) dias corridos, a partir da data da comunicação oficial;

c. Multa de até 10% (dez por cento) sobre o valor total do Contrato, no caso de inexecução total ou parcial do objeto contratado, recolhida no prazo de 15 (quinze) dias corridos, contados da comunicação oficial, sem embargo de indenização dos prejuízos porventura causados a Prefeitura Municipal de Imperatriz;

d. Suspensão temporária do direito de licitar e impedimento de contratar com a Administração Pública pelo prazo de até 2 (dois) anos, conforme a autoridade fixar em função da natureza e da gravidade da falta cometida;

e. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a contratada ressarcir a Administração pelos prejuízos resultantes e após decorrido o prazo da sanção aplicada com base no subitem anterior;

13.2. As sanções previstas nos itens "a", "d" e "e" do item 13.1 poderão ser aplicadas juntamente com as sanções dos itens "b" e "c", facultada a defesa prévia do interessado no respectivo processo no prazo de 10 (dez) dias úteis.

13.3. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa à CONTRATADA, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 8.666, de 1993, e subsidiariamente a Lei nº 9.784, de 1999.

13.4. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - RESCISÃO

14.1 O presente contrato poderá ser rescindido pelos motivos previstos nos art. 77 e 78 e nas formas estabelecidas no art. 79, todos da Lei nº 8.666/1993.

14.1.1 Este contrato também poderá ser rescindido, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados o contraditório e a ampla defesa, quando a CONTRATADA:

a) for atingida por protesto de título, execução fiscal ou outros fatos que comprometam a sua capacidade econômico-financeira;

b) for envolvida em escândalo público e notório;

c) quebrar o sigilo profissional;

d) utilizar, em benefício próprio ou de terceiros, informações não divulgadas ao público e às quais tenha acesso por força de suas atribuições contratuais;

e) não prestar garantia suficiente para garantir o cumprimento das obrigações contratuais;

f) motivar a suspensão dos serviços por parte de autoridades competentes, caso em que responderá por eventual aumento de custos daí decorrentes e por perdas e danos que a CONTRATANTE, como consequência, venha a sofrer;

g) deixar de comprovar sua regularidade fiscal, inclusive contribuições previdenciárias e depósitos do FGTS, para com seus empregados, na forma definida neste contrato; e

h) vier a ser declarada inidônea por qualquer órgão da Administração Pública;

i) não comprovar a qualificação técnica de funcionamento prevista no art. 4º da Lei nº 12.232/2010;

j) deixar de atender ao disposto nos subitens 5.1.5.3, 11.9, 11.9.1 e 11.9.2.1.

14.2 Fica expressamente acordado que, em caso de rescisão, nenhuma remuneração será cabível, a não ser o ressarcimento de despesas autorizadas pela CONTRATANTE e comprovadamente realizadas pela CONTRATADA, previstas no presente contrato.

14.3 Em caso de associação da CONTRATADA com outras empresas, de cessão ou transferência, total ou parcial, bem como de fusão, cisão ou incorporação, caberá à CONTRATANTE decidir sobre a continuidade do presente contrato, com base em documentação comprobatória que justifique quaisquer das ocorrências.

Nº FLS 90 1011 ASCOM
Nº 39 GAB
Nº 389 CPL

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

15.1 A CONTRATADA guiar-se-á pelo Código de Ética dos profissionais de propaganda e pelas normas correlatas, com o objetivo de produzir publicidade que esteja de acordo com o Código de Defesa do Consumidor e demais leis vigentes, a moral e os bons costumes.

15.2 A CONTRATANTE providenciará a publicação do extrato deste contrato e de seus eventuais termos aditivos no Diário Oficial do Estado, a suas expensas, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/1993.

15.3 Constituem direitos e prerrogativas da CONTRATANTE, além dos previstos em outras leis, os constantes da Lei nº 8.666/1993, que a CONTRATADA aceita e a eles se submete.

15.4 São assegurados à CONTRATANTE todos os direitos e faculdades previstos na Lei nº 8.078, de 11.9.90 (Código de Defesa do Consumidor).

15.5 A omissão ou tolerância das partes – em exigir o estrito cumprimento das disposições deste contrato ou em exercer prerrogativa dele decorrente – não constituirá novação ou renúncia nem lhes afetará o direito de, a qualquer tempo, exigirem o fiel cumprimento do avençado.

15.6 As informações sobre a execução deste contrato, com os nomes dos fornecedores de serviços especializados e de veículos de divulgação, serão divulgadas no sítio da CONTRATANTE na internet.

15.6.1 As informações sobre valores pagos serão divulgadas pelos totais de cada tipo de serviço de fornecedores e de cada meio de divulgação.

Nº FLS 91 ASCOM

Nº 380 GAB

Nº 390 CPL

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - FORO

16.1 As questões decorrentes da execução deste contrato que não puderem ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no foro da cidade de Imperatriz, município do estado do Maranhão.

E, por estarem justos e acordados, assinam o presente contrato em 04 (quatro) vias.

Imperatriz (MA), xx de xxxxxx de 20xx.

CONTRATANTE	CONTRATADA

Testemunhas:

Nome	Nome
CPF	CPF
Endereço	Endereço

ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, FAZENDA E GESTÃO ORÇAMENTÁRIA

Fls 92
Proc
Rubrica

391

Nº 153/2018

Nº 381

DECLARAÇÃO

Conforme solicitado por intermédio do(s) Ofícios(s) nº. 670/2018 – GP, de 24/12/2018, com base na Lei Orçamentária Anual do Município de Imperatriz - MA, Lei Ordinária nº 1.710/2017, declaro, comtemplados no orçamento do Município a(s) ação(es) e dotação(es) elencada(s) abaixo:

- **Interessado: Gabinete do Prefeito - GAP**
- **Dotação Orçamentária:**

11.001.24.131.0011.2.033 **Projeto/Atividade: Ação do Governo em Divulgação**		**Ficha**	**Fonte**
3.3.90.39.99	**Outros Serviços de Terceiros – Pessoa Jurídica**	**3288**	**001**

Vale ressaltar, que o efetivo controle e movimento do saldo orçamentário (adições e reduções), no âmbito do orçamento de cada órgão, cabem exclusivamente ao órgão competente.

Para que surta os efeitos necessários e afins, firmo a presente declaração.

Imperatriz (MA), 24 de dezembro de 2018.

Antonio José Juvenal
Diretor de Contabilidade
CRC-MA: 007407/2006

ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
CONTROLADORIA GERAL DO MUNICÍPIO

Ofício nº 010/2019 - CGM/LICITAÇÃO Imperatriz - MA, 11 de janeiro de 2019.

GABINETE DO PREFEITO RECEBEMOS 11 JAN 2019 Keila 13h18min

Ao Senhor
Marcelo Martins de Sousa
Chefe de Gabinete do Prefeito

Referência: Processo Administrativo **n° 11.006.001/2018-ASCOM**, ref. a abertura de processo licitatório na Modalidade: **Concorrência Pública** Tipo: **Melhor Técnica e Preço** para contratação de uma agencia de publicidade Institucional para prestação de serviços técnicos para elaboração de projetos e campanhas para o exercício de 2019, orçado no valor global de **R$ 3.910.000,00 (três milhões e novecentos e dez mil reais)**.

Senhor Chefe,

Encaminhamos o processo de pedido de licitação em referência, e para o mesmo, após analise das documentações, informamos que os ritos executados se encontram em consonância as exigências da Lei n° 8.666/93 de licitações e contratos.

Nos autos constam 92 folhas, paginado como:

- Oficio de encaminhamento do processo administrativo em tela para o Chefe de Gabinete (fl. 02);
- Solicitação e a autorização do Ordenador de Despesa para realização da abertura do certame (fl. 03);
- Justificativa para a realização do certame (fl. 04);
- Briefing (fls. 05/43);
- Anexo I ao Briefing (fl. 44);
- Folha de capa do sinapro (fl. 45);
- Fenapro/Sinapro (fls. 46/63);
- Minuta de contrato (fls. 63/91);
- Declaração da Contabilidade (fl. 92).

Não consta nos autos nenhuma folha com impressão/paginação no verso, estando todas em branco. Outrora encaminhamos para que seja dadas ciência e autorização do Senhor Chefe de Gabinete, e caso seja do interesse e conveniência da municipalidade, que seja encaminhado para realização do certame licitatório.

N. termos,
Encaminhamos.

Edson Fernando de O. Holanda
Chefe de Contas e Controle Interno
Mat.: 50.617-6

Davi Antonio Cardoso
Controlador Geral do Município
Mat. 38164-0

ESTADO DO MARANHÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE IMPERATRIZ
GABINETE DO PREFEITO

Nº 383

393
CPL

Ofício n°.022/2018-/GP

Imperatriz, 14 de Janeiro de 2019.

Ao Ilustrissimo Senhor
BRUNO CALDAS SIQUEIRA
Presidente da Comissão Permanente de Licitação

Ilustre Presidente,

Cumprimentando-o cordialmente sirvo-me do presente para encaminhar o Processo Administrativo 11.006.001/2019, para inicio de Certame Licitatório, tendo em vista que o mesmo já passou pelo aval da Procuradoria Geral do Municipio e pela Controladoria Geral do Municipio.

Sem mais para o momento, despeço-me.

Atenciosamente,

MARCELO MARTINS DE SOUSA
Chefe de Gabinete do Prefeito

MUNICIPIO DE IMPERATRIZ
Comissão Permanente de Licitação CPL
RECEBIDO
14 / 01 / 2019
Letícia Lobato 13:42

CONCORÊNCIA PÚBLICA N.º 002/2019 - CPL

ANEXO II
(MODELO)

(Papel timbrado do Concorrente)
CARTA CREDENCIAL

_____ de_____ de 2019.

À
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
REF. CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2019-CPL

O abaixo-assinado, responsável legal pela Empresa _____, vem pela presente informar a Vs. Sas. Que o Sr. _____ _____ é designado para representar nossa empresa na Licitação acima referida, podendo assinar atas e demais documentos, apresentar impugnação, recursos, inclusive renúncia expressa a interposição de quaisquer recursos, se for o caso, e praticar todos os atos necessários ao desempenho da representação no processo licitatório.

Atenciosamente

_____
Nome, Identidade e Assinatura do Responsável Legal
(Com firma reconhecida em cartório)

Nº 395 CPL

Nº 385 CPL

CONCORÊNCIA PÚBLICA N.º 002/2019-CPL

ANEXO III

DECLARAÇÃO DE INEXISTÊNCIA DE FATO SUPERVENIENTE IMPEDITIVO DA HABILITAÇÃO

Ref.: Concorrência Pública nº 002/2019-CPL

_____, (qualificação do representante legal da empresa) na qualidade de representante legal da Empresa_____(qualificação da empresa) declara, sob as penas da lei, nos termos do § 2º do art. 32, da Lei n. º 8.666/93, que até a data de entrega dos Envelopes, nenhum fato ocorreu que inabilite a empresa a participar da Concorrência Pública N.º 002/2019– CPL.

Imperatriz/MA, de de 2019.

(nome da empresa e de seu Representante Legal, com a devida qualificação e assinatura)
RG n.º
CPF n.º

CONCORRÊNCIA PÚBLICA N° 002/2019-CPL

ANEXO IV
(MODELO)

DECLARAÇÃO

A Empresa _____, inscrita no CNPJ n.º _____, por intermédio de seu representante legal, Sr.(a)._____, portador (a) da Cédula de Identidade de n.º _____ e do CPF n.º _____, **DECLARA,** para os fins do disposto no inciso V do art. 27º da Lei n.º 8.666/93, acrescido pela Lei n.º 9.854/99, que não emprega menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de dezesseis anos.

Ressalva: Emprega menor, a partir de quatorze anos, na condição de aprendiz, ( ).

Data _____

_____
Representante Legal

(Observação: Em caso afirmativo assinala a ressalva acima).

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2019-CPL

ANEXO VI

(PLANILHA DE PREÇO SUJEITO A VALORAÇÃO)

_____ de_____ de 2019.

Prezados Senhores,

_____(empresa), com sede na cidade de _____à Rua_____, n.º _____, inscrita no CNPJ/MF sob o número_____, neste ato representada por _____, portador do CPF n.º _____e R.G. n.º_____, abaixo assinado propõe à Prefeitura de Imperatriz através da Gabinete do Prefeito, com a interveniência da Assessoria de Comunicação Social - ASCOM propor os preços infra discriminados para a contratação de empresa especializada em serviços prestação de serviços de publicidade, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa, a compra de mídia e a distribuição de publicidade, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir idéias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar o público em geral, objeto da CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 002/2019-CPL.

Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

a) Desconto, a ser concedido à Prefeitura de Imperatriz, sobre os custos internos dos serviços executado por esta licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Maranhão, referentes a peças e ou material cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: _____% (_____ por cento);

b) Honorários, a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Imperatriz, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes ao planejamento e à

execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes à execução do contrato: ____% (____ por cento);

c) Honorários, a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Imperatriz, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias: _____ % (____ por cento);

d) Honorários, a serem cobrados da Prefeitura Municipal de Imperatriz, incidentes sobre os preços de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não proporcione a esta licitante o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965: ____% (_____ por cento).

e) Prazo de validade da proposta, que não poderá ser inferior a 60 (sessenta) dias, contados a partir da data de sua abertura;

f) O prazo de execução será de 12 (doze) meses, contados a partir do recebimento da "ordem de serviço" emitida pela Assessoria de Comunicação do Social - ASCOM.

g) Preço Total por extenso R$..... (.....).

Imperatriz/MA,____ de _____de 2019.

(Nome da licitante)

_____

(Representante Legal)